

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно – Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

/А.В. Прохоров/

28 мая 2019 г.

Разработка мероприятий по увеличению прибыли

ООО «Ладья и Ко»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.02.2019.754.ВКР

Консультанты, (должность)
д.э.н., профессор

/Н.В.Зяблицкая/

2019 г.

Руководитель работы
заместитель директора по экономике
и финансам ОАО «Излучинское
многопрофильное коммунальное
хозяйство»

/С.В.Солнцева /

24 мая 2019 г.

Консультанты, (должность)

Автор работы
обучающийся группы ДО-517

/Р.Н. Мамажонов/

23 мая 2019 г.

Консультанты, (должность)

Нормоконтролер

/Н.В.Назарова/

24 мая 2019 г.

АННОТАЦИЯ

Мамажонов Р.Н. угли. Разработка мероприятий по увеличению прибыли ООО «Ладья и Ко». – Челябинск: ЮУрГУ, ДО- 517, 100 с., 17 ил., 36 таб., библиогр. список – 30 наим., - прил., 11 л. слайдов

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки мероприятий для увеличения прибыли ООО «Ладья и Ко».

В выпускной квалификационной работе проанализирована организационная структура предприятия, выявлены сильные и слабые стороны ООО «Ладья и Ко», а также возможные угрозы и дополнительный потенциал предприятия. Изучены отраслевые особенности функционирования организации.

В работе произведен анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия, анализ финансовой устойчивости, анализ ликвидности и платежеспособности.

Разработаны мероприятия по повышению прибыли ООО «Ладья и Ко», проведена оценка эффективности предлагаемых мероприятий и анализ чувствительности проекта к риску.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1 ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «ЛАДЬЯ И КО» И ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ.....	10
1.1 История создания и развития ООО «Ладья и Ко»	10
1.2 Цель и виды деятельности ООО «Ладья и Ко»	11
1.4 Характеристика организационной структуры ООО «Ладья и Ко».....	17
1.5 Отраслевые особенности функционирования ООО «Ладья и Ко».....	18
1.6 SWOT-анализ ООО «Ладья и Ко»	27
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО – ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	30
ООО «ЛАДЬЯ И КО».....	30
2.1 Анализ основных показателей деятельности ООО «Ладья и Ко»	30
2.2. Оценка динамики состава и структуры баланса ООО «Ладья и Ко»	31
2.2.1 Оценка динамики состава и структуры актива баланса	31
ООО «Ладья и Ко»	31
2.2.2 Оценка динамики состава и структуры пассива баланса	36
2.3 Анализ финансовой устойчивости предприятия.....	39
2.3.1 Абсолютные показатели финансовой устойчивости.....	40
2.3.2 Относительные показатели финансовой устойчивости	44
2.4 Анализ ликвидности и платежеспособности ООО «Ладья и Ко».....	48
2.4.1 Оценка ликвидности баланса	48
2.4.2 Оценка относительных показателей ликвидности и платежеспособности	52
2.5 Оценка деловой активности предприятия.....	55
2.6 Анализ рентабельности ООО «Ладья и Ко»	62
2.7 Анализ затратности функционирования ООО «Ладья и Ко»	66
3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ	71
ООО «ЛАДЬЯ И КО».....	71
3.1 Основные пути повышения эффективности деятельности в	71

ООО «Ладья и Ко».....	71
3.1.1 Организация рекламной деятельности.....	74
3.1.2 Стимулирование сбыта	80
3.1.3 Проведение мастер-классов и экскурсий на кухню в.....	81
ООО «Ладья и Ко»	81
3.2 Методические основы оценки эффективности инвестиционных мероприятий	82
3.3. Коммерческая эффективность внедрения инвестиционного проекта.....	85
3.4. Анализ чувствительности проекта к риску	94
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	96
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	98

ВВЕДЕНИЕ

Для предприятий любых организационно-правовых форм свойственно стремление работать с максимальной экономической отдачей, что заставляет внедрять наиболее эффективные методы управления бизнесом, что обусловило актуальность темы работы. Управление предполагает анализ хода и результатов финансово-хозяйственной деятельности, которая отражается на финансовом состоянии организации.

Финансовое состояние характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования, целесообразным их размещением и эффективным использованием, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платеже- и кредитоспособностью, финансовой устойчивостью.

Объектом исследования выступает торговая компания ООО «Ладья и Ко».

Предметом исследования является финансово-экономическое обоснование и оценка коммерческой эффективности внедрения инвестиционного проекта в ООО «Ладья и Ко».

Цель выпускной квалификационной работы состоит в разработке мероприятий по увеличению прибыли в ООО «Ладья и Ко».

Основными задачами выпускной квалификационной работы является:

- исследование общей характеристики организации;
- представление основных показателей экономической деятельности компании;
- анализ финансового состояния организации: состава и структуры баланса, ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности;
- обоснование и оценка коммерческой эффективности осуществления капитальных вложений в реализацию проектов по приобретению конвекционных печей импортного и отечественного производства.

В выпускной квалификационной работе применялась совокупность методов исследования, таких как: эмпирический метод, метод экономико-статистического анализа, графический метод, метод синтеза и анализа экономической информации.

Теоретической базой данного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, статьи и научные публикации в периодических изданиях, нормативно-правовые акты, данные бухгалтерской отчетности предприятия материалы статистической и финансовой отчетности предприятия; документация функциональных служб предприятия.

Практическая значимость исследования заключается в разработке инновационного проекта по разработке мероприятий для увеличения прибыли в ООО «Ладья и Ко».

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «ЛАДЬЯ И КО» И ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

1.1 История создания и развития ООО «Ладья и Ко»

Lounge - cafe «Чайхона» работает с 2013 года, и за это время зарекомендовало себя как идеальное место для деловых встреч, дружеских посиделок и романтических свиданий.

Фирменный стиль Lounge - cafe «Чайхона»: восточное гостеприимство. Демократичная атмосфера. Доступные цены. Уникальная восточная технология позволяет добиться необыкновенной сочности блюд. Сочетание современного динамичного интерьера, различных блюд и доступных цен мгновенно привлекает внимание жителей города.

Lounge - cafe «Чайхона» работает ежедневно с 12-00 до 00-00. Кухня работает до 23-00, в пятницу и субботу до 05-00.

Любое из блюд можно взять с собой.

В Lounge - cafe «Чайхона» приняты высокие стандарты качества. Эти стандарты строгим образом соблюдаются от закупки сырья до подачи блюд на раздаче гостю.

Закупка продуктов для Lounge - cafe «Чайхона» осуществляется только у поставщиков, хорошо зарекомендовавших себя на рынке и обладающих всей необходимой разрешительной документацией. В Lounge - cafe «Чайхона» огромное внимание уделяется безопасности питания и качеству при приготовлении блюд. Меню обновляется каждый сезон, но качество блюд остается неизменным.

Используем для приготовления только качественное сырье, закупаемое у проверенных поставщиков, ставших за долгие годы сотрудничества помощниками и хорошими друзьями.

Уделяя особое внимание профессиональной компетентности работников, при этом, отдавая себе отчет, что лучшее обслуживание возможно только при

желании ежедневно вкладывать частичку себя работе, а именно заниматься любимым делом. Именно поэтому каждый из членов команды высоко ценит и способствует поддержанию и развитию корпоративной культуры, осознает необходимость профессионального развития, учиться новому.

Эти и другие факторы и обуславливают создание той неповторимой атмосферы, в которую попадаете, переступая порог Lounge - cafe «Чайхона».

Постоянно действующие акции-скидка на кухню 20% в будние дни.

Меню: холодные закуски, горячие закуски, супы, гарниры, салаты, горячее, десерты, напитки.

Предложения: еда на вынос, барная карта.

Музыка: европейская популярная.

Тип музыки: фоновая.

В состав здания входят: бар, производственные помещения, административные помещения, складские помещения, бытовые помещения для персонала, технические.

В состав производственных помещений входят; горячий цех, холодный цех, моечная кухонной посуды, моечная посуды.

К административным помещениям причисляют бухгалтерию, кабинет отдела кадров.

К бытовым помещениям относят раздевалку для персонала, туалетные комнаты.

К техническим помещениям относят вентиляционная, щитовая, тепловой узел.

1.2 Цель и виды деятельности ООО «Ладья и Ко»

Целью деятельности ресторана является удовлетворение потребительских потребностей населения в услугах и товарах в сфере общественного питания.

Основными задачами ресторана являются организация розничной

торговли.

Для реализации указанных задач ресторан осуществляет следующие виды деятельности:

- организация общественного питания;
- виды деятельности, подлежащие лицензированию и осуществляющиеся после получения соответствующих лицензий.

При осуществлении своей деятельности ресторан имеет право:

Осуществлять реализацию различных товаров, в том числе, переданных ему Учредителем в порядке, установленном действующим законодательством РФ;

Закупать по доверенности Учредителя товары у предприятий и организаций различных форм собственности и населения;

По согласованию с Учредителем, определять условия реализации и устанавливать цены на товары и услуги;

При осуществлении, своей деятельности ресторан обязан:

1. Осуществлять свою деятельность в соответствии с действующим законодательством РФ, Уставом Учредителя и настоящим Положением;

2. Выполнять обязательства, вытекающие из заключенных договоров и контрактов;

3. Систематически отчитываться перед Учредителем по результатам финансово-хозяйственной деятельности, обеспечить учет движения товарно-материальных ценностей в ресторане;

4. Обеспечить сохранность и надлежащее содержание, а при необходимости ремонт, находящегося в его распоряжении имущества;

5. Проводить ежедневную инкассацию согласно правилам, установленным Центральным Банком РФ;

6. Выполнять требования соответствующих государственных органов, основанных на действующем законодательстве РФ.

Ресторан несет полную ответственность за соблюдение интересов учредителя и за сохранность имущества, находящегося в его ведении, а также за

исполнение всех принятых на себя обязательств.

Согласно положениям "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг" деятельность предприятия независимо от форм собственности по предоставлению услуг общественного питания подлежат обязательной сертификации. Ответственность за предоставление услуг без сертификатов, подтверждающих их безопасность, предусмотрена ст. 43 п. 2 закона "О защите прав потребителей".

Для обеспечения проведения работ по обязательной сертификации услуг питания внесённых в "Номенклатуру продукции и услуг, подлежащих обязательной сертификации" разработаны и введены в действие основополагающие стандарты.

ГОСТ Р 50762-95. "Общественное питание. Классификация предприятий";
ГОСТ Р 50763-95. "Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению";

ГОСТ Р 50764-95. "Услуги общественного питания. Общие требования".

1.3 Организационно-правовой статус ООО «Ладья и Ко»

Организационно-правовой статус ООО «Ладья и Ко» – общество с ограниченной ответственностью. Дадим характеристику обществу с ограниченной ответственностью.

Общество с ограниченной ответственностью – это самостоятельный хозяйствующий субъект, который учреждается в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом Об обществах с ограниченной ответственностью от 08.08.2001 № 129-ФЗ, а также иными нормативно-правовыми актами, с целью осуществления хозяйственной деятельности для извлечения прибыли .

С момента регистрации, ООО приобретает права юридического лица. ООО имеет следующие основные характеристики:

1. создается без ограничения срока;
2. действует на принципах полного хозяйственного расчета и самофинансирования;
3. имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в учреждениях банков Российской Федерации и иностранных банков в рублях и иностранной валюте;
4. имеет фирменное наименование, регистрируемое в установленном законом порядке, круглую печать со своим наименованием, угловой штамп, а также фирменные бланки и другие реквизиты .

ООО может иметь товарный знак, который регистрируется в установленном законом порядке. ООО владеет на правах собственности обособленным имуществом, которое учитывается на его самостоятельном балансе и может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. ООО также может нести соответствующие обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

В процессе осуществления коммерческой деятельности Общество обладает рядом прав, в частности, оно может:

- совершать в РФ и за рубежом сделки и иные юридические акты с юридическими и физическими лицами. В понятие сделки входят акты купли-продажи, подряда, мены, перевозки, займа, поручения, комиссии, страхования, совместной деятельности, хранения и др.;
- выступать в качестве третьего лица при заключении торговых и иных сделок;
- открывать представительства, филиалы, отделения или дочерние фирмы;
- становиться учредителем других хозяйственных товариществ и обществ;
- приобретать предприятия, а также становиться правопреемником ликвидируемых / реорганизуемых организаций и предприятий;

- входить в ассоциации / союзы, осуществлять выход из них;
- приобретать, отчуждать, брать и сдавать в наем движимое и недвижимое имущество в Российской Федерации и за рубежом;
- приобретать, арендовать и сдавать в аренду и субаренду земельные участки в соответствии с действующим законодательством;
- проводить операции на валютных, товарных и фондовых биржах, строго в установленном для этого порядке;
- самостоятельно осуществлять экспортно-импортные операции в рамках действующего законодательства;
- иметь собственные основные и оборотные средства. Образовывать фонды, которые состоят из валютной и рублевой частей. Самостоятельно распоряжаться имеющимися рублевыми и валютными средствами на удовлетворение различных нужд Общества;
- на договорных началах привлекать к своей работе российских и иностранных специалистов, с возможностью формирования временных творческих (трудовых) коллективов;
- самостоятельно определять:
 - направления своей деятельности;
 - организацию, объемы и структуру производства;
 - порядок и условия реализации продукции, работ и услуг;
 - общую численность сотрудников;
 - порядок формирования и использования денежных и имущественных фондов и резервов;
 - формы и размеры оплаты труда членов коллектива Общества, в том числе и работающих в нем на основе трудовых договоров и соглашений.
 - расценки в рублях и иностранной валюте за производимую продукцию, оказываемые услуги, и выполняемые работы. При этом необходимо учитывать необходимость самофинансирования, валютной самокупаемости и складывающейся конъюнктуры рынка на работы и услуги.

- рассчитываться наличными деньгами за товары, работы и услуги;
- пользоваться кредитами банка, как в рублях, так и в иностранной валюте, а также коммерческим кредитом;
- проводить лизинговые операции .

По своим обязательствам ООО отвечает собственным имуществом. ООО не отвечает по обязательствам государства, равно как и государство не отвечает по обязательствам ООО. По обязательствам участников ООО также не несет ответственности. Участники не отвечают по обязательствам ООО, но несут риск убытков, связанных с деятельностью ООО в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Те участники, которые внесли вклады в уставный капитал не полностью, несут солидарную ответственность по его обязательствам в пределах стоимости неоплаченной части вклада каждого из участников ООО.

В ситуации банкротства (несостоятельности) ООО, которая наступила по вине его участников или иных лиц, правомочных давать обязательные для Общества указания либо иным способом определять его действия, на указанных участников или других лиц в случае недостаточности имущества ООО может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам.

По решению общего собрания участников ООО может создавать филиалы и открывать представительства. Данные решение должны быть приняты большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов участников ООО.

При этом созданные филиал и представительство не являются юридическими лицами и действуют на основании утвержденных ООО положений. Ответственность за деятельность филиала и представительства несет создавшее их ООО.

Участниками ООО могут быть как граждане, так и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не правомочны выступать участниками Обществ, за исключением случаев установленных федеральным законом.

1.4 Характеристика организационной структуры ООО «Ладья и Ко»

Процесс управления предприятием общественного питания представляет собой совокупность взаимосвязанных мероприятий и действий, направленных на обеспечение оптимального соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов.

Ритмичное производство продукции и высокий уровень обслуживания в ресторане зависят не только от технического состояния его производственных помещений и технологического оборудования залов, но и от деловых качеств руководителей.

Производственное помещение состоит из овощного цеха, цеха доработки полуфабрикатов, мучного цеха, горячего и холодного цехов, моечной посуды. Все цеха оснащены всем необходимым оборудованием и имеют удобную связь между собой.

Характеристика организационной структуры ООО «Ладья и Ко»

Структура ООО "Ладья и Ко" основана на принципе иерархичности уровней управления, при котором каждый нижестоящий уровень контролируется вышестоящим и подчиняется ему. Осуществляется принцип разделения труда на отдельные функции и специализации работников по выполняемым функциям; принцип формализации и стандартизации деятельности, обеспечивающий однородность выполнения работниками своих обязанностей и скоординированность различных задач.

Организационная структура ООО «Ладья и Ко» представлена на рисунке 1.1.

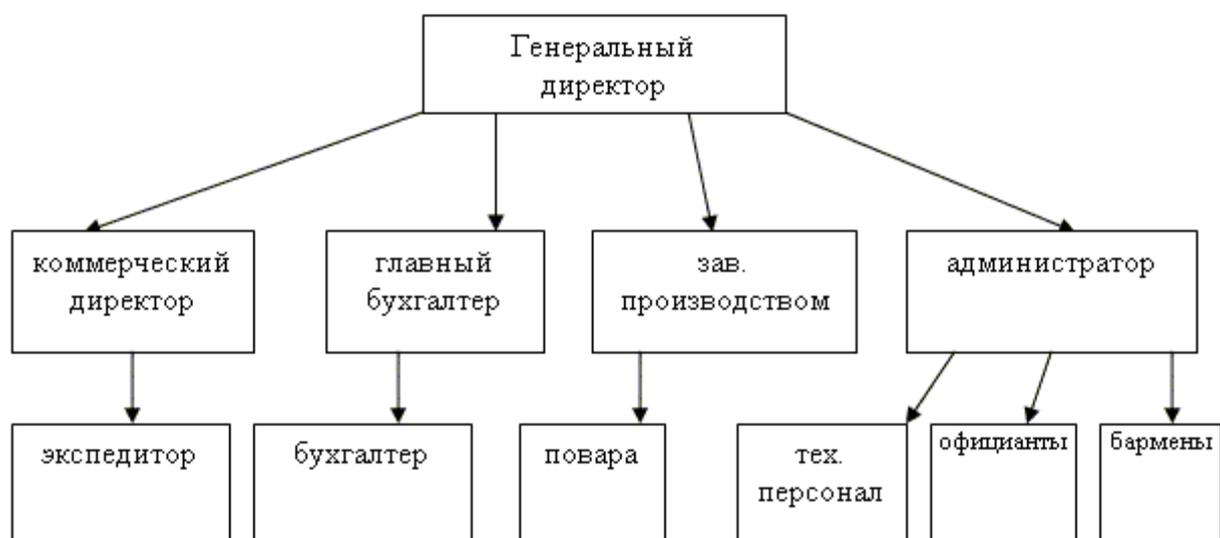


Рисунок 1.1. - Организационная структура ООО «Ладья и Ко»

1.5 Отраслевые особенности функционирования ООО «Ладья и Ко»

Важной особенностью общественного питания является возможность обеспечения необходимых условий для соблюдения определенного способа организации питания и досуга с помощью выполняемых данной отраслью функций.

Как в индустриальном, так и в постиндустриальном обществе специалисты выделяют три взаимосвязанные функции отрасли общественного питания:

- 1) производство кулинарной продукции;
- 2) реализация кулинарной продукции;
- 3) организация потребления кулинарной продукции.

Производственная функция является исходной. На предприятиях общественного питания происходит приготовление продукции. Затраты труда на эту функции составляют 70–90% всех затрат труда в отрасли. Производство продукции предназначено для восстановления человеком затраченной в процессе труда энергии.

От характера и уровня производства, его концентрации и кооперирования в общественном питании зависят объем и структура производства продукции, ее

качество и соответствие потребностям обслуживаемого населения. В этом смысле общественное питание можно рассматривать как отрасль производства.

Принципиальное отличие от других отраслей производства заключается в том, что продукция предприятий общественного питания готова к непосредственному потреблению, не выдерживает длительного срока хранения и транспортировки, требует срочной реализации. Поэтому производство продукции на предприятиях общественного питания и организация ее потребления объединяются во времени и в пространстве, т.е. территориально, как правило, в одном помещении. Предприятия общественного питания непосредственно связаны с потребителями их продукции.

Содержание производственных функций в разрезе отдельных типов предприятий общественного питания является глубоко дифференцированным.

В процессе производства предприятия данной отрасли создают продукцию, имеющую стоимость, отличную от стоимости продуктов, использованных в качестве исходного сырья.

Таким образом, в процессе производства на предприятиях создается новый продукт. Собственная продукция общественного питания поступает в реализацию с новыми потребительскими свойствами и дополнительной стоимостью. Реализуя свою продукцию, общественное питание участвует в процессе осуществления товарообменных операций.

Необходимым условием, обеспечивающим взаимосвязь и непрерывное взаимодействие процессов производства, обмена и потребления в пределах комплексной деятельности предприятий общественного питания, является реализация торговой функции (функции реализации), которая предполагает обмен товарной формы произведенной продукции на денежную. Товарное обращение в сфере общественного питания проявляется в смене форм стоимости и собственника продукции. Произведенная продукция обменивается на денежные доходы населения и поступает в личную собственность, перемещаясь в завершающую стадию движения продукта – сферу потребления.

Торговая функция развивается под воздействием ряда факторов: содержание и объем этой функции меняются в зависимости от численности населения, пользующегося услугами общественного питания; качество ее выполнения зависит от расширения прогрессивных форм обслуживания потребителей и повышения качества услуг.

Через систему общественного питания населению реализуется значительная часть пищевых продуктов, большинство которых перерабатывается в готовую продукцию общественного питания. При реализации кулинарной продукции и покупных товаров потребителям происходит процесс обмена товара на денежные доходы населения. Поэтому основными показателями, характеризующими развитие общественного питания, являются объем и динамика розничного товарооборота.

Итак, производственная функция выступает в качестве необходимой предпосылки выполнения функции организации питания, а торговая функция характеризуется сменой форм стоимости в условиях товарно-денежных отношений.

Основной функцией отрасли является организация питания. Это объясняется тем, что, во-первых, данная функция присуща только общественному питанию; во-вторых, роль данной функции постоянно возрастает; в-третьих, другие функции общественного питания – производственная и торговая – способствуют осуществлению функции организации питания и являются исходными.

Значение функции организации питания возрастает с развитием рыночных отношений, с повышением культуры питания и спроса населения на услуги общественного питания.

Организация питания осуществляется путем создания условий для внедомашнего питания как на общедоступных предприятиях общественного питания, так и на предприятиях общественного питания при промышленных предприятиях, в детских садах, школах, больницах и т.д.

Организация питания связана с предоставлением населению дополнительных услуг. Поэтому следует выделить такую функцию общественного питания, как организация досуга и социальных мероприятий населения, которая особенно усилилась в последнее время.

Услуги по организации досуга обеспечивают населению рациональное проведение свободного времени. Происходит слияние предприятий общественного питания с развлекательными, торговыми, спортивными учреждениями, в которых сочетаются услуги розничной торговли, общественного питания, оказывается широкий спектр бытовых и культурных услуг. Предприятия общественного питания стремятся привлечь потребителей развлекательными программами, трансляцией спортивных матчей, соревнований, художественных фильмов, фэшн-показов, проведением акций, конкурсов, праздничных, тематических мероприятий. Организация досуга является важным фактором в привлечении новых потребителей. В настоящее время функция организации досуга присуща практически всем типам предприятий общественного питания.

Рассмотренные функции характеризуют отраслевые особенности работы предприятий общественного питания.

После расчета общего количества блюд, реализуемых предприятием за день, производится разбивка их по видам (холодные, вторые и сладкие). При этом учитывается, что коэффициент потребления m – это сумма коэффициентов потребления отдельных их видов.

$$m = m_{\text{хол.бл.}} + m_{\text{вторых бл.}} + m_{\text{сл.бл.}} \quad (1)$$

$$n_{\text{хол.бл.}} = N * m_{\text{хол.бл.}}$$

$$n_{\text{вторых бл.}} = N * m_{\text{вторых бл.}}$$

$$n_{\text{сл.бл.}} = N * m_{\text{сл.бл.}}$$

Данные расчетов сводятся в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Разбивка блюд по ассортименту

Наименование блюд по видам	Количество потребителей	Коэффициент потребления	Кол-во блюд каждого вида
Холодные блюда	256	1,5	384
Вторые блюда	256	1,5	384
Сладкие блюда	256	0,5	128
Всего:	256	3,5	896

Количество горячих и холодных напитков, мучных кондитерских и булочных изделий, хлеба определяется по нормам потребления перечисленной выше продукции на одного человека в день.

$$n \text{ гор.напитков} = H * N, \quad (2)$$

где n гор.напитков – количество горячих напитков в л,

H – норма потребления горячих напитков одним потребителем,

N – количество потребителей.

$$n \text{ гор.напитков} = 0,1 * 256 = 25,6 \text{ л.}$$

Объем одной порции напитка – 0,2 л, таким образом, количество горячих напитков в порциях равно:

$$25,6 : 0,2 = 128 \text{ порций.}$$

Таблица 1.5 - Количество горячих и холодных напитков,

мучных кондитерских и булочных изделий, хлеба

Наименование напитков, кондитерских и булочных изделий по видам	Кол-во потребителей N, чел.	Норма потребления	Количество	
			в литрах	в порциях
Горячие напитки	256	0,1	25,6	128
Холодные напитки	256	0,05	12,8	64
Кондитерские и булочные изделия	256	0,2шт.	51,2 кг	51 шт.
Хлеб	256	0,05шт.	12,8 кг	12 шт.

Расчет сырья производится на основании производственной программы для холодного цеха.

Таблица 1.6. Расчет сырья для холодного цеха

Номеррецептур	64				59				ИТОГО	
Наименование блюд	Салат Ташкент				Салат Юнусабат					
Кол-во порций	Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (кг)	Нетто (кг)
	1	64	1	64	1	62	1	62		
Наименование продуктов										
Отварная говядина	40	2560	40	2560					2560	2560
Отварная редька	70	4480	60	3840					4480	3840
Ореховый соус					75	4650	65	4030	8670	7380
Свежий огурец					20	1240	20	1240	1240	1240
Жареный лук					45	2790	35	2170	2790	2170
Грецкийорех					10	620	5	310	620	310

Номер рецептур	69				73				ИТОГО	
Наименование блюд	Салат мясной с яблоками и персиками				Карпаччо из лосося с кедровыми орехами					
Кол-во порций	Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (кг)	Нетто (кг)
	1	65	1	65	1	62	1	62		
Наименование продуктов										
Вареное куринное мясо	50	3250	50	3250					3250	3250
Яблоки свежие	40	2600	30	1950					2600	1950
Персики консервированные	30	1950	30	1950					1950	1950
Майонез	20	1300	20	1300					1300	1300
Орехикедровые					20	1240	10	620	1240	620
Филе лосося					50	3100	50	3100	3100	3100
Лимон					15	930	10	620	930	620
Маслооливковое					10	620	10	620	2905	2905
Сыр «Пармезан»					15	930	15	930	930	930

Продолжение таблицы 1.6

Номер рецептур	75				72				ИТОГО	
	Салатизтигровыхкреветок				Цезарь с лососем					
Кол-во порций	Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (г)		Нетто (г)		Брутто (кг)	Нетто (кг)
	1	64	1	64	1	67	1	67		
Наименование продуктов										
Тигровые креветки	100	6400	75	4800					6400	4800
Соус цезарь	20	1280	20	1280					1280	1280
Салат «Руккола»	30	1920	20	1280					1920	1280
Помидоры черри	15	960	15	960					960	960
Маслооливковое	20	1280	20	1280	15	1005	15	1005	–	–
Копченый лосось					30	2010	30	2010	2010	2010
Сухарики					30	2010	30	2010	2010	2010
Салат «Айсберг»					60	4020	50	3350	–	–
Соевый соус					5	335	5	335	335	335

1.6 SWOT-анализ ООО «Ладья и Ко»

Удобный инструмент структурного описания стратегических характеристик среды предприятия и формулировки направлений его развития – это SWOT-анализ. Цель SWOT-анализа – сформулировать основные направления развития предприятия через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах организации, а также о потенциальных возможностях и угрозах. Задачи SWOT-анализа:

- 1) выявить сильные и слабые стороны по сравнению с конкурентами;
- 2) выявить возможности и угрозы внешней среды;
- 3) связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами.

Проведем SWOT-анализ ООО «Ладья и Ко» (таблица 1.7).

Таблица 1.7 - SWOT-анализ ООО «Ладья и Ко»

Сильные и слабые стороны:	Возможности:	Угрозы:
«Сильные стороны»	«Сила и возможности»	«Сила и угрозы»
<ol style="list-style-type: none">1. Удачное расположение кафе-бара.2. Ассортимент с невысокой ценовой планкой.3. Повышение заинтересованности покупателей путем предоставления дополнительных услуг (караоке, бильярд).4. Отсутствие конкурентов.5. Относительная стабильность на рынке, рост товарооборота.	<ol style="list-style-type: none">1. Расположение способствует притоку новых покупателей. Есть возможность увеличения спроса.2. Невысокие цены дают возможность увеличения спроса или повышения цен.3. Есть возможность увеличение ассортимента, добавление сопутствующих товаров и услуг с ориентацией на другие сегменты.4. Отсутствие конкурентов снижает риск реализации возможностей.5. Четкая стратегия позволит использовать все возможности.	<ol style="list-style-type: none">1. Аренда помещения, возможен разрыв договорных отношений с арендодателем.2. Антиалкогольная политика государства, инфляция и рост налогов приведут к росту цен и возможно к снижению спроса3. Антиалкогольная политика государства и рост цен приведут к изменению предпочтений потребителей.4. Возможное появление конкуренции.5. Возможно предыдущие угрозы приведут к дестабилизации.

Продолжение таблицы 1.6

«Слабые стороны»	«Слабость и возможность»	«Слабость и угрозы»
<p>1. Низкий контроль качества. 2. Низкая квалификация персонала. 3. Отсутствие четкого стратегического планирования. 4. Низкий бюджет на рекламу.</p>	<p>1. Качество услуг оценивается невысоко, в том числе вследствие низкого контроля, есть возможность это исправить. 2. Низкая квалификация персонала приводит к его неучастию в принятии решений, снижению качества, что снижает эффективность деятельности в целом. Есть возможность повысить уровень квалификации и обслуживания. 3. Отсутствие четкого стратегического планирования приводит к слабостям и недостаткам. Четкая стратегия позволит использовать все возможности. 4. Плохая рекламная политика создает затруднения при увеличении ассортимента добавлении дополнительных сопутствующих продуктов и услуг. Есть возможность увеличения продаж путем развития рекламы.</p>	<p>1. Снижение спроса. 2. Снижение спроса. 3. Усугубление слабостей и недостатков может привести к выходу из отрасли. 4. Непродуманная рекламная политика не удержит покупателей при изменении их вкусов.</p>

SWOT- анализ ООО «Ладья и Ко» позволил выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы фирмы. Главное что следует выделить – это:

- 1) наличие возможностей у кафе-бар ООО «Ладья и Ко» к повышению качества и эффективности маркетинга и эффективности деятельности в целом;
- 2) наличие объективных сильных сторон, стабильного роста;
- 3) наличие субъективных слабых сторон – низкое качество управления;
- 4) наличие объективных и субъективных угроз, которых можно избежать.

Соответственно для устранения слабых сторон и избежания угроз для ООО «Ладья и Ко» необходимо:

- 1) усилить функцию управления в части маркетинга:
 – выработать четкую стратегию;

- развить рекламную деятельность;
- повысить контроль за качеством услуг;
- проводить мониторинг качества, ассортимента, спроса.

2) в связи с антиалкогольной политикой государства рассмотреть направления развития деятельности по другим сегментам рынка.

Для успешной адаптации к постоянно меняющемуся внешнему окружению, необходима гибкая ассортиментная и ценовая политика. Ведь сегодня восточных ресторанов и кафе на рынке много. Поэтому должна быть какая-то своя изюминка: детская комната для детей, мастер – классы, караоке, кальян и т.д. Для успешного воплощения в жизнь данных нововведений, необходимо располагать современным оборудованием, которое позволит обеспечить заданный уровень качества и производительности.

Все это в конечном итоге приведет к увеличению финансовых результатов работы организации, что и следует рассматривать как стратегию дальнейшего развития.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО – ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЛАДЬЯ И КО»

2.1 Анализ основных показателей деятельности ООО «Ладья и Ко»

Для анализа производственной деятельности предприятия необходимо провести динамику производственных показателей за 2017-2019 гг. (таблица 2.1).

Таблица 2.1. Динамика производственных показателей ООО «Ладья и Ко»

Показатели	Ед. изм.	2017	2018	2019	Измен. (+,-) 2015/2014	Измен. (+,-) 2017/2015
1. Товарооборот	Тыс.руб.	9125,2	9282,4	9356,7	156,8	74,3
2. Численность работников, всего	Чел.	8,0	11,0	13,0	3	2
В т.ч. работников ТОП	Чел.	5,0	6,0	7,0	1	1
3. Производительность труда одного работника	Тыс.руб./чел.	1140,7	843,9	978,3	-296,8	134,4
4. Производительность труда одного работника ТОП	Тыс.руб./чел.	1825,0	1547,1	1781,2	-250,9	234,1
5. Валовый доход-уровень к Т/О	Тыс.руб. %	3380,2 37,04	4054,4 43,68	4078,1 41,34	674,2 6,64	23,7 -2,34
6. Издержки обращения	Тыс.руб.	2352,0	3048,0	3127,0	696	79
Уровень к Т/О	%	25,8	32,8	34,1	7	1,3
В т.ч. расходы на оплату труда	Тыс.руб.	960,0	1320,0	1563,0	360	243
7. Среднемес. з/п 1 работника	Тыс.руб.	10,0	10,0	10,0	0	0
8. Прибыль от продаж	Тыс.руб.	1028,2	1006,4	1019,3	-21,8	12,9
Рентабельность продаж	%	11,3	10,8	9,1	0,5	-1,7

Проанализировав таблицу можно сделать следующие выводы: в динамике за 2017-2019 гг. наблюдается увеличение численности работников на 5 человек. В период 2017-2019 гг. производительность труда одного работника снизилась на 296,8, но в динамике за 2018-2019 гг. начала увеличиваться на 134,4.

Среднемесячная заработная плата работника не изменила за 2017-2019 гг.

Мероприятия на 2017-2019гг, год по улучшению финансового состояния включают:

- увеличение прибыли ООО «Ладья и Ко»
- увеличение уровня оплаты труда рабочего персонала;
- расширение ассортимента.

2.2. Оценка динамики состава и структуры баланса ООО «Ладья и Ко»

2.2.1 Оценка динамики состава и структуры актива баланса

ООО «Ладья и Ко»

Анализ финансово-экономического состояния ООО «Девон Плюс» следует начинать с общей характеристики состава и структуры актива (имущества) и пассива (обязательств) баланса.

Анализ актива баланса дает возможность установить основные показатели, характеризующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия:

1. стоимость имущества предприятия, общий итог баланса;
2. иммобилизованные активы (внеоборотные активы), итог раздела I баланса;
3. мобильные активы (стоимость оборотных средств), итог раздела II баланса.

Сначала дается оценка изменения общей стоимости имущества. В качестве критерия в данном случае целесообразно использовать сравнительную динамику показателей изменения активов и полученных в анализируемом периоде количественных (объем реализации) и качественных (прибыль) результатов[6].

Оптимальное соотношение:

$$T_{п} > T_{в} > T_{ак} > 100\% \quad (1)$$

где, $T_{п}$ - темп изменения прибыли;

T_B - темп изменения выручки от продажи продукции (работ, услуг);

$T_{ак}$ - темп изменения активов (имущества) предприятия.

Приведенное соотношение получило название «золотого правила экономики предприятия»: прибыль должна возрастать более высокими темпами, чем объемы реализации и имущества предприятия. Это означает следующее: издержки производства и обращения должны снижаться, а ресурсы использоваться более эффективно[8].

Таблица 2.2- Темпы изменения активов, выручки и ООО «Ладья и Ко»

Показатель	2018 г.	2019 г.
Темпизмененияприбыли (%)	1423,19	35,23
Темп изменения выручки (%)	111,66	107,92
Темп изменения активов (%)	97,3	105,69

В 2018 году темпы изменения прибыли выше темпов изменения выручки, в последние выше темпов изменения активов. Однако темпы изменения активов составили 97,3% что меньше 100%. Следовательно «золотое правило экономики» в 2018 году не соблюдается.

В 2019 году темпы изменения прибыли ниже темпов изменения выручки, что может свидетельствовать о повышении затрат на производство товаров. Темпы роста выручки выше темпов роста активов.

Проанализируем динамику и структуру активов предприятия.

Таблица 2.3 –Динамика активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/ 2017	2019/ 2018
				2018/ 2017	2019/ 2018		
Внеоборотные активы	3771	2631	2061	-1140	-570	69,77	78,34
Оборотные активы	4885	5791	6840	906	1049	118,5 5	118,1 1
АКТИВЫ - всего	8656	8422	8901	-234	479	97,3	105,6 9

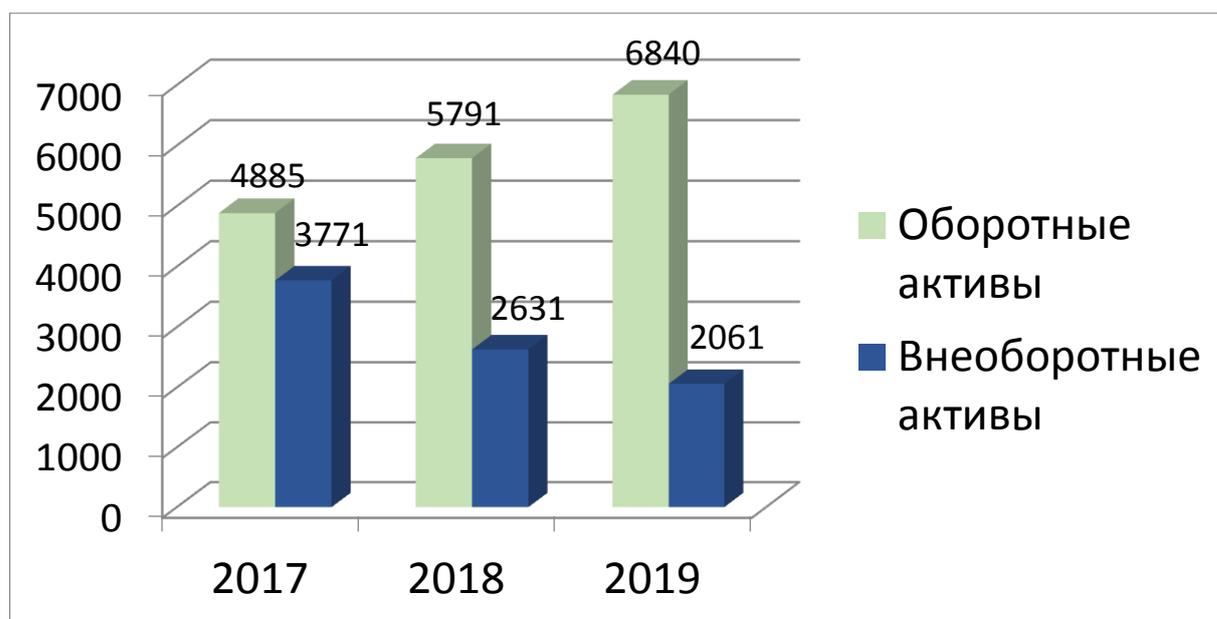


Рисунок 2.1- Динамика активов ООО «Ладья и Ко»

Таблица 2.4 – Структура активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/2017	2019/2018
Внеоборотные активы	3771	2631	2061	43,57	31,24	23,15	-12,33	-8,08
Оборотные активы	4885	5791	6840	56,43	68,76	76,85	12,33	8,08
АКТИВЫ - всего	8656	8422	8901	100	100	100	0	0

Большую долю в активах имеют оборотные активы, при этом мы можем заметить, что их доля постоянно возрастает. Их доля выросла с 56,43% - 76,85%. Это связано с ростом величины оборотных активов с 8656 – 8901 тыс.руб., и снижением величины внеоборотных активов с 3771 – 2061 тыс.руб. Рост доли оборотных активов говорит о повышении мобильности имущества и поэтому заслуживает позитивной оценки.

Охарактеризуем динамику иммобилизованной части имущества предприятия.

Таблица 2.5 – Динамика внеоборотных активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/ 2017	2019/ 2018
				2018/ 2017	2019/ 2018		
Основные средства	3771	2631	2061	-1140	-570	69,77	78,34
ИТОГО ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	3771	2631	2061	-1140	-570	69,77	78,34

Таблица 2.6 – Структура внеоборотных активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/ 2017	2019/ 2018
Основные средства	3771	2631	2061	100	100	100	0	0
ИТОГО ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	3771	2631	2061	100	100	100	0	0

В период с 2017-2019 года 100%-ый удельный вес в структуре внеоборотных активов имеют основные средства. Их величина снизилась с 3771 - 2061 тыс.руб.

Проведем оценку динамики изменения оборотных активов для ООО «Ладья и Ко».

Таблица 2.7 – Динамика оборотных активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/ 2017	2019/ 2018
				2018/ 2017	2019/ 2018		
Запасы	339	578	874	239	296	170,5	151,21
Дебиторская задолженность	2044	3117	2996	1073	-121	152,5	96,12
Финансовые вложения	1000			-1000			
Денежные средства и денежные эквиваленты	1491	2096	2970	605	874	140,57	141,7
Прочие оборотные активы	11	--	-	-11	0	0	0
ИТОГО ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	4885	5791	6840	906	1049	118,55	118,11

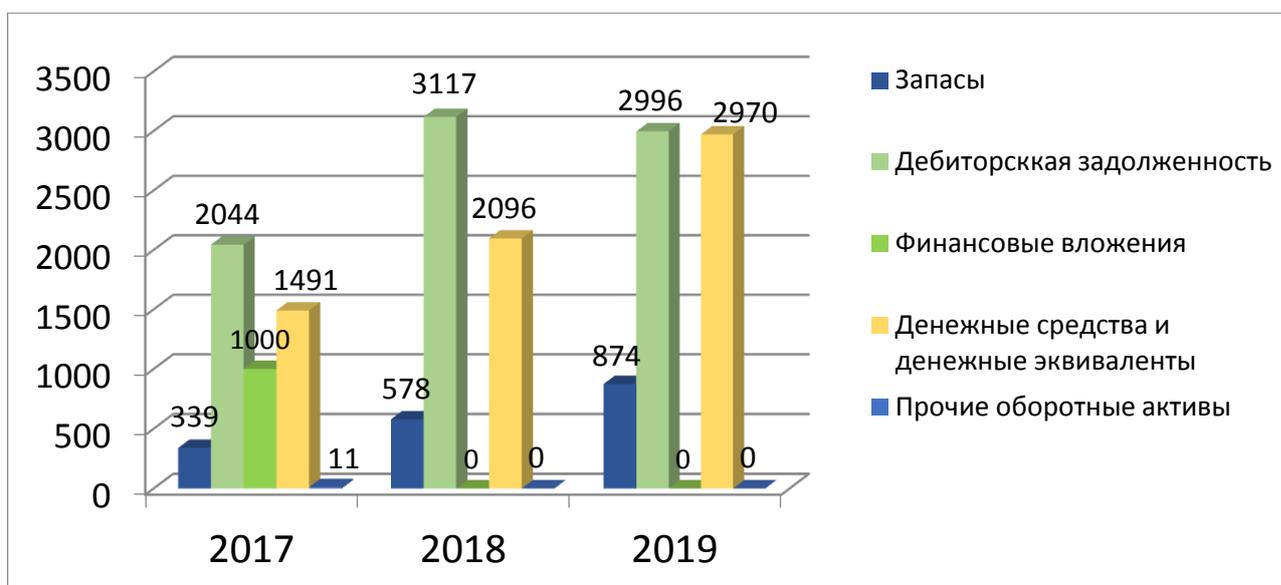


Рисунок 2.2 - Динамика оборотных активов ООО «Ладья и Ко»

Таблица 2.8 - Структура оборотных активов ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/2017	2019/2018
Запасы	339	578	874	6,94	9,98	12,78	3,04	2,8
Дебиторская задолженность	2044	3117	2996	41,84	53,82	43,8	11,98	-10,02
Финансовые вложения	1000			20,47	0	0	-20,47	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1491	2096	2970	30,52	36,19	43,42	5,67	7,23
Прочие оборотные активы	11	-	-	0,23	0	0	-0,23	0
ИТОГО ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	4885	5791	6840	100	100	100	0	0

Большую долю за весь исследуемый период имеет дебиторская задолженность. В 2017-2019 года ее доля увеличилась на 11,98% и составила 53,82%. Однако, к концу 2019 года их доля резко снизилась до 43,8%. Это связано с ростом величины денежных средств. Они выросли с 1491-2970 тыс.руб., а доля их увеличилась с 30,52% до 43,42%. Как правило увеличение денежных средств на счетах свидетельствует, об укреплении финансового состояния предприятия. Их сумма должна быть достаточной для погашения первоочередных платежей. Но, наличие больших остатков денежных средств на протяжении длительного периода времени не всегда свидетельствует о финансовой устойчивости

предприятия, это может быть результатом неправильного использования оборотного капитала.

2.2.2 Оценка динамики состава и структуры пассива баланса

Проведем оценку динамики состава и структуры пассива баланса.

Анализ динамики состава и структуры обязательств (пассива) баланса проводится для общей оценки имущественного потенциала предприятия. Эти позиции рассматриваются на данных бухгалтерской отчетности (ф. №1 и №5).

Пассив состоит из собственного и заемного капитала.

Таблица 2.9 - Динамика изменений размеров собственного и заемного капитала в ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/2017	2019/2018
				2018/2017	2019/2018		
Собственный капитал	5750	6731	7072	981	341	117,06	105,07
Заемные средства	2906	1691	1829	-1215	138	58,19	108,16
ПАССИВ - всего	8656	8422	8901	-234	479	97,3	105,69

Таблица 2.10 – Структура пассива ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/2017	2019/2018
Собственный капитал	5750	6731	7072	66,43	79,92	79,45	13,49	-0,47
Заемные средства	2906	1691	1829	33,57	20,08	20,55	-13,49	0,47
ПАССИВ - всего	8656	8422	8901	100	100	100	0	0



Рисунок 2.3 -Динамика изменений размеров собственного и заемного капитала в ООО «Ладья и Ко»

Большую долю в пассиве баланса имеют собственные средства. При этом наблюдается их рост с 66,43% до 79,45%. Это связано ростом их величины с 5750-7072 тыс.руб., и с погашением заемных средств с 2906-1829 тыс.руб.

Проанализируем динамику и структуру собственного капитала ООО «Ладья и Ко»

Таблица 2.11 - Динамика собственного капитала ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/ 2017	2019/ 2018
				2018/ 2017	2019/ 2018		
Уставный капитал	10	10	10	0	0	100	100
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	5740	6721	7062	981	341	117,09	105,07
ИТОГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ	5750	6731	7072	981	341	117,06	105,07

Таблица 2.12 - Структура собственного капитала ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/ 2017	2019/ 2018
Уставный капитал	10	10	10	0,17	0,15	0,14	-0,03	-0,01
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	5740	6721	7062	99,82	99,85	99,86	0,03	0,01
ИТОГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ	5750	6731	7072	100	100	100	0	0

2017-2019 года наибольший удельный вес в собственном капитале имеет нераспределенная прибыль. Её доля составила: в 2017 году – 99,82%; в 2018 году 99,85%; в 2019 году 99,86%. При этом их величина испытывает рост. Так, она выросла с 5740-7062 тыс.руб.

Уставный капитал остается неизменным и составляет 10 тыс.руб. Однако его доля снизилась с 0,17% - 0,14%.

Рассмотрим структуру и динамику в структуре заемного капитала предприятия.

Таблица 2.13 - Динамика заемного капитала ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб					Темп роста (снижения),%	
	2017	2018	2019	Изменение (+,-)		2018/ 2017	2019/ 2018
				2018/ 2017	2019/ 2018		
1. Долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0	0
2. Краткосрочные обязательства	2906	1691	1829	-1215	138	58,19	108,16
Всего	2906	1691	1829	-1215	138	58,19	108,16



Рисунок 2.5 -Динамика заемного капитала ООО «Ладья и Ко»

Таблица 2.14 – Структура заемного капитала ООО «Ладья и Ко»

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс. руб			Удельный вес актива в общей величине активов, %				
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	Изменение (+,-)	
							2018/2017	2019/2018
1. Долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Краткосрочные обязательства	2906	1691	1829	100	100	100	100	100
Всего	2906	1691	1829	100	100	100	0	0

Единственную долю в заемных средствах имеют краткосрочные обязательства. Они имеют следующую динамику: в 2017 году они составили 2906 тыс.руб., в 2018 году 1691 тыс.руб., в 2019 году 1829 тыс.руб.

2.3 Анализ финансовой устойчивости предприятия

Одной из основных задач анализа финансово-экономического состояния является исследование показателей, характеризующих финансовую устойчивость

предприятия. Финансовая устойчивость определяется степенью обеспечения запасов и затрат собственными и заемными источниками их формирования, соотношением объемов собственных и заемных средств и характеризуется системой абсолютных и относительных показателей [22].

2.3.1 Абсолютные показатели финансовой устойчивости

Для полного отражения разных видов источников (собственных средств, долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов) в формировании запасов и затрат используются следующие показатели:

1. Наличие собственных оборотных средств:

Определяется как разница величины источников собственных средств и величины основных средств и вложений (внеоборотных активов):

$$E_c = I_c - F, \quad (6)$$

где, E_c - наличие собственных оборотных средств;

I_c - источники собственных средств (итог раздела III «Капитал и резервы»);

F - основные средства и вложения (итог раздела I баланса «Внеоборотные активы»).

2. Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат:

Определяется как сумма собственных оборотных средств и долгосрочных кредитов и займов:

$$E_T = E_c + K_T = (I_c + K_T) - F, \quad (7)$$

где, E_T - наличие собственных оборотных средств и долгосрочных

заемных источников для формирования запасов и затрат;

K_T - долгосрочные кредиты и заемные средства (итог раздела IV баланса «Долгосрочные обязательства»).

3. Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат рассчитывается как сумма собственных оборотных средств, долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов:

$$E_{\Sigma} = E_T + K_t = (I_c + K_T + K_t) - F, \quad (8)$$

где, E_{Σ} - общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат;

K_t - краткосрочные кредиты и займы (стр. 610, 621, 627 раздела V баланса «Краткосрочные обязательства»).

На основе этих трех показателей, характеризующих наличие источников, которые формируют запасы и затраты для производственной деятельности, рассчитываются величины, дающие оценку размера (достаточности) источников для покрытия запасов и затрат:

1. излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств:

$$\pm E_c = E_c - Z \quad (9)$$

где, Z - запасы и затраты (стр. 210 + стр. 220 раздела II баланса «Оборотные активы»).

2. излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат:

$$E_T = E_c + K_T = (I_c + K_T) - F, \quad (10)$$

3. излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат:

$$\pm E_{\Sigma} = E_{\Sigma} - Z = (E_c + K_T + K_t) - Z \quad (11)$$

Показатели обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования ($\pm E_c$; $\pm E_T$; $\pm E_{\Sigma}$) являются базой для классификации финансового положения предприятия по степени устойчивости» [23].

Динамика абсолютных показателей финансовой устойчивости за 2017 - 2019 гг. ООО «Ладья и Ко» представлена в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Абсолютные показатели финансовой устойчивости

ООО «Ладья и Ко»

Показатель	2017 год, тыс. руб.	2018 год, тыс. руб.	2019 год, тыс. руб.
Собственные оборотные средства (стр.490 – стр.190), E_c	51 113	43 721	121 078
Собственные оборотные средства и долгосрочные заемные источники (стр.490 – стр.190 + стр.590), E_T	110 741	103 561	140 423
Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат (стр.490 – стр.190 + стр.590 + стр.610 + стр.621 + стр.627), E_o	211 864	221 813	238 535
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств (E_c – стр.210 + стр.220), $\pm E_c$	-57 425	-69 680	10 631
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников (E_T – стр.210 + стр.220), $\pm E_T$	2 204	9 840	29 976
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат (E_o – стр.210 + стр.220), $\pm E_o$	103 327	108 412	128 088

Данные таблицы 2.14 представлены на диаграмме (рис. 2.6).

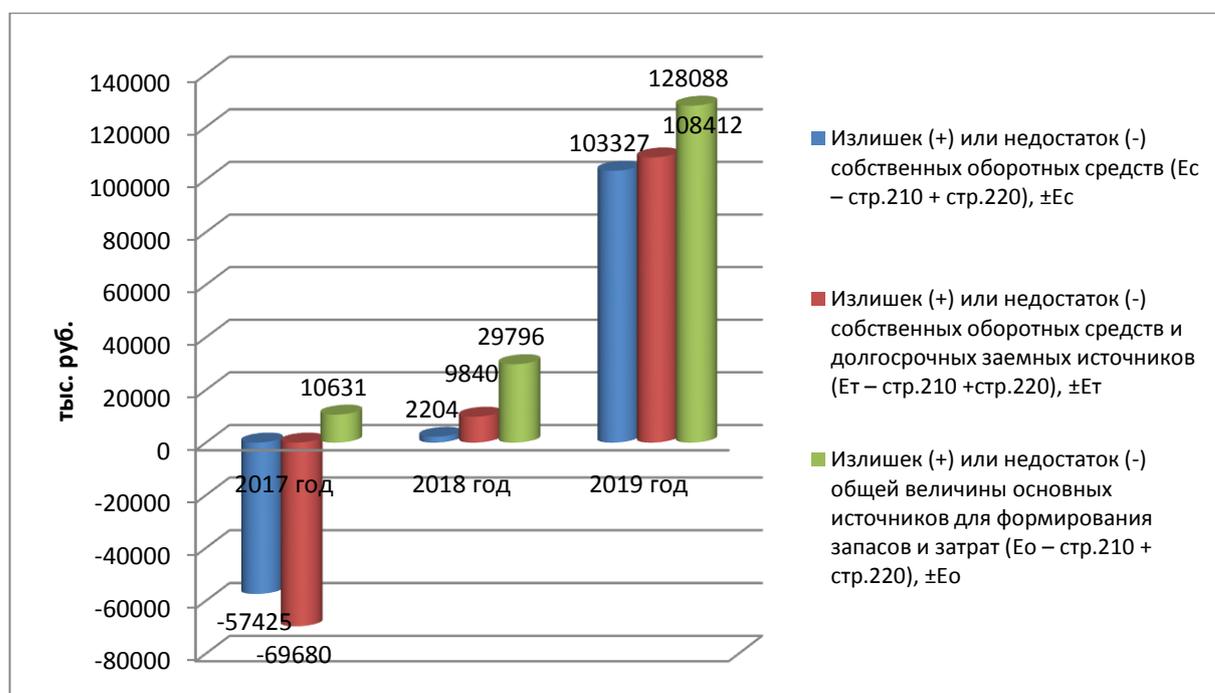


Рисунок 2.6 - Динамика абсолютных показателей финансовой устойчивости ООО «Ладья и Ко»

Выделяются четыре основных типа финансовой устойчивости предприятия:

1. Абсолютная устойчивость – показывает, что запасы и затраты полностью покрываются собственными оборотными средствами. Предприятие практически не зависит от кредитов. Такая ситуация относится к крайнему типу финансовой устойчивости и на практике встречается довольно редко. Однако ее нельзя рассматривать как идеальную, так как предприятие не использует внешние источники финансирования в своей хозяйственной деятельности.

2. Нормальная устойчивость – предприятие оптимально использует собственные и кредитные ресурсы. Текущие активы превышают кредиторскую задолженность.

3. Неустойчивое финансовое состояние – характеризуется нарушением платежеспособности: предприятие вынуждено привлекать дополнительные источники покрытия запасов и затрат, наблюдается снижение доходности производства. Тем не менее, еще имеются возможности для улучшения ситуации.

4. Кризисное финансовое состояние – это грань банкротства: наличие просроченных кредиторской и дебиторской задолженностей и

неспособность погасить их в срок. В рыночной экономике при неоднократном повторении такого положения предприятию грозит объявление банкротства» [15].

Финансовое положение ООО «Ладья и Ко» в 2017 году:

$$\left\{ \begin{array}{l} \pm E_c < 0 \\ \pm E_T \geq 0 - \text{нормальная финансовая устойчивость} \\ \pm E_\Sigma \geq 0 \end{array} \right.$$

2018 г.:

$$\left\{ \begin{array}{l} \pm E_c < 0 \\ \pm E_T \geq 0 - \text{нормальная финансовая устойчивость} \\ \pm E_\Sigma \geq 0 \end{array} \right.$$

2019 г.:

$$\left\{ \begin{array}{l} \pm E_c \geq 0 \\ \pm E_T \geq 0 - \text{абсолютная финансовая устойчивость} \\ \pm E_\Sigma \geq 0 \end{array} \right.$$

Для ООО «Ладья и Ко» в 2017 и 2018 годах характерна нормальная финансовая устойчивость - предприятие оптимально использует собственные и кредитные ресурсы. Текущие активы превышают кредиторскую задолженность. В 2019 году характерна абсолютная финансовая устойчивость, предприятие выплатило краткосрочный займ и снизило сумму кредиторской задолженности.

2.3.2 Относительные показатели финансовой устойчивости

Одна из основных характеристик финансово-экономического состояния предприятия – степень зависимости от кредиторов и инвесторов.

Владельцы предприятия заинтересованы в минимизации собственного капитала и в максимизации заемного капитала в финансовой структуре организации. Заемщики оценивают устойчивость предприятия по уровню собственного капитала и вероятности банкротства.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется состоянием

собственных и заемных средств и анализируется с помощью системы финансовых коэффициентов.

Информационной базой для расчета таких коэффициентов являются абсолютные показатели актива и пассива бухгалтерского баланса. Анализ проводится посредством расчета и сравнения полученных значений коэффициентов с установленными базисными величинами, а также изучения динамики их изменений за определенный период[16].

«Базисными» величинами могут быть:

1. значения показателей за прошлый период;
2. среднеотраслевые значения показателей;
3. значения показателей конкурентов;
4. теоретически обоснованные или установленные с помощью экспертного опроса оптимальные или критические значения относительных показателей[31].

В качестве основных относительных показателей для оценки финансовой устойчивости могут быть использованы коэффициенты, представленные в табл. 2.15.

Таблица 2.15 - Коэффициенты финансовой устойчивости ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

Показатель	Нормативное значение	2017 г.	2018г.	2019 г.
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств Кз/с	$< 0,7$	0,70	0,71	0,70
Коэффициент соотношения долгосрочных и краткосрочных обязательств Кд/к	Чем выше показатель, тем меньше текущих финансовых затруднений	0,58	0,50	0,50
Коэффициент маневренности Км	0,2 ... 0,5.	0,13	0,11	0,27
Коэффициент обеспеченности собственными средствами Ко	$\geq 0,1$	0,12	0,10	0,23

Данные таблицы 2.15 представлены на диаграмме (рис. 2.7).

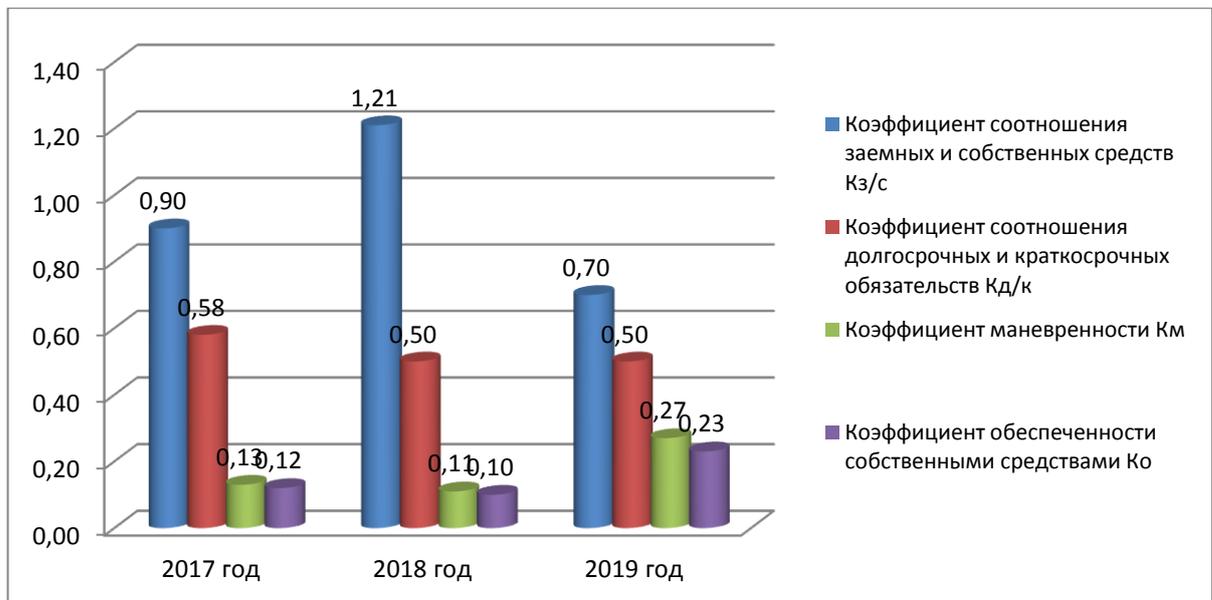


Рисунок 2.7– Динамика коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

Далее представлены формулы расчета коэффициентов финансовой устойчивости.

1. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств:

$$K_{з/с} = (K_T + K_t) / I_c, \quad (12)$$

где, K_T - долгосрочные кредиты и займы;

K_t - краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность;

I_c - общая величина собственных средств предприятия [31].

Данный коэффициент показывает, сколько заемных средств привлекло предприятие на 1 рубль вложенных в активы собственных средств.

$$\text{Условие: } K_{з/с} < 0,7$$

В данном случае условие соблюдается, что говорит о независимости ООО «Ладья КО» от внешних источников средств и сохранении финансовой устойчивости.

2. Коэффициент соотношения долгосрочных и краткосрочных обязательств:

$$K_{д/к} = K_T / K_t, \quad (13)$$

Данный коэффициент показывает, сколько долгосрочных обязательств

приходится на 1 рубль краткосрочных. Чем выше показатель, тем меньше текущих финансовых затруднений. Рассматривая данный показатель в динамике за 2017 - 2019гг.(0,58%, 0,50%, 0,50%) можно сделать вывод, что на данном предприятии необходимо сократить долгосрочные обязательства.

3. Коэффициент маневренности:

$$K_m = (E_c / I_c) = (I_c - F) / I, \quad (14)$$

где, E_c - величина собственных оборотных средств предприятия;

F - основные средства и вложения

Данный коэффициент показывает способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства за счет собственных источников.

$$\text{Условие: } K_m = 0,2 \dots 0,5$$

Чем ближе значение показателя к верхней границе, тем больше возможность финансового маневра у предприятия. Данный показатель растет с 0,13 до 0,27.

В данном случае показатель коэффициента маневренности за 2019год превышает верхнюю границу.

4. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами:

$$K_o = E_c / R_a, \quad (15)$$

где, R_a - общая величина оборотных средств предприятия.

Данный коэффициент показывает наличие у предприятия собственных оборотных средств, необходимых для его финансовой устойчивости. Критерий для определения неплатежеспособности (банкротства) предприятия.

$$\text{Условие: } K_o \geq 0,1.$$

Чем выше показатель (от 0,12 до 0,23), тем лучше финансовое состояние

предприятия, тем больше у него возможностей проведения независимой финансовой политики. Данный коэффициент показывает хорошее финансовое состояние ООО «Ладья и Ко».

2.4 Анализ ликвидности и платежеспособности ООО «Ладья и Ко»

В условиях массовой неплатежеспособности и применения ко многим предприятиям процедур банкротства (признания несостоятельности) объективная и точная оценка финансово-экономического состояния приобретает первостепенное значение. Главным критерием такой оценки являются показатели платежеспособности и степени ликвидности предприятия.

Платежеспособность предприятия определяется его возможностью и способностью своевременно и полностью выполнять платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций денежного характера. Платежеспособность влияет на формы и условия коммерческих сделок, в том числе на возможность получения кредита.

Ликвидность предприятия определяется наличием у него ликвидных средств, к которым относятся наличные деньги, денежные средства на счетах в банках и легко реализуемые элементы оборотных ресурсов. Ликвидность отражает способность предприятия в любой момент совершать необходимые расходы [34].

Для оценки платежеспособности и ликвидности могут быть использованы следующие приемы:

1. структурный анализ изменений активных и пассивных платежей баланса, то есть анализ ликвидности баланса;
2. расчет финансовых коэффициентов ликвидности» [16].

2.4.1 Оценка ликвидности баланса

Главная задача оценки ликвидности баланса – определить величину

покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму (ликвидность) соответствует сроку погашения обязательств (срочности возврата)[10].

Для проведения анализа данные актива и пассива баланса группируются по следующим признакам:

1. По степени убывания ликвидности (актив);
2. По степени срочности оплаты (погашения) (пассив).

Активы в зависимости от скорости превращения в денежные средства (ликвидности) разделяют на следующие группы:

А1 – наиболее ликвидные активы. К ним относятся денежные средства предприятий и краткосрочные финансовые вложения (стр. 260 + стр. 250);

А2 – быстрореализуемые активы. Дебиторская задолженность и прочие активы (стр. 240 + стр. 270)

А3 – медленно реализуемые активы. К ним относятся статьи из раздела II баланса «Оборотные активы» (стр. 210 + стр. 220 - стр. 216) и статья «Долгосрочные финансовые вложения» из раздела I баланса «Внеоборотные активы» (стр. 140);

А4 – труднореализуемые активы. Это статьи раздела I баланса «Внеоборотные активы» (стр. 110 + стр. 120 - стр. 140).

Группировка пассивов происходит по степени срочности их возврата:

П1 – наиболее краткосрочные обязательства. К ним относятся статьи «Кредиторская задолженность» и «Прочие краткосрочные пассивы» (стр. 620 + стр. 660);

П2 – краткосрочные пассивы. Раздел V баланса «Краткосрочные обязательства» (стр. 610 + стр. 630 + стр. 640 + стр. 650 + стр. 660);

П3 – долгосрочные пассивы. Долгосрочные кредиты и заемные средства (стр. 510 + 520);

П4 – постоянные пассивы. Статьи раздела III баланса «Капитал и резервы» (стр. 490 - стр. 216).

При определении ликвидности баланса группы актива и пассива сопоставляются между собой» [8].

«Условие абсолютной ликвидности баланса:

$$\left\{ \begin{array}{l} A1 \geq П1 \\ A2 \geq П2 \\ A3 \geq П3 \\ A4 \leq П4 \end{array} \right.$$

Необходимым условием абсолютной ликвидности баланса является выполнение первых трех неравенств. Четвертое неравенство носит так называемый балансирующий показатель: его выполнение свидетельствует о наличии у предприятия собственных оборотных средств ($E_c = I_c - F$). Если любое из неравенств имеет знак, противоположный зафиксированному в оптимальном варианте, то ликвидность баланса отличается от абсолютной.

Теоретически недостаток средств по одной группе активов компенсируется избытком по другой. Сопоставление $A1 - П1$ и $A2 - П2$ позволяет выявить текущую ликвидность предприятия, что свидетельствует о платежеспособности (неплатежеспособности) в ближайшее время. Сравнение $A3 - П3$ отражает перспективную ликвидность.

На ее основе прогнозируется долгосрочная ориентировочная платежеспособность.

Условие срочной или критической ликвидности баланса:

$$(A1 + A2) \geq (П1 + П2)$$

Условие долгосрочной ликвидности баланса:

$$A3 \geq П3»[9].$$

Таблица 2.16 - Анализ ликвидности баланса за 2017-2018 гг.

	АКТИВ			Изменение	
	2017 год	2018 год	2019 год	2018 к 2017 гг.	2019 к 2018 гг.
A_1	18 315	18 840	30 474	525	11 634
A_2	83 791	133 048	105 033	49 257	-28 015

Продолжение таблицы 2.16

АКТИВ				Изменение	
А ₃	108 537	113 401	110 447	4 864	-2 954
А ₄	425 224	489 898	537 351	64 674	47 453
ПАССИВ				Изменение	
П ₁	102 438	107 127	98 601	4689	-8 526
П ₂	0	12 500	0	12 500	-12 500
П ₃	59 628	59 840	19 345	212	-40 495
П ₄	476 337	533 619	658 429	57 282	124 810

Сопоставляя итоги активов и пассивов для нашего предприятия получаем:

2017 год	2018 год	2019 год
$\left\{ \begin{array}{l} A1 < П1 \\ A2 > П2 \\ A3 > П3 \\ A4 < П4 \end{array} \right.$	$\left\{ \begin{array}{l} A1 < П1 \\ A2 < П2 \\ A3 > П3 \\ A4 < П4 \end{array} \right.$	$\left\{ \begin{array}{l} A1 < П1 \\ A2 < П2 \\ A3 > П3 \\ A4 < П4 \end{array} \right.$

По результатам сравнения таблиц можно сделать вывод о ликвидности баланса ООО «Ладья и Ко». Сопоставление итогов первой группы по активу и пассиву (наиболее ликвидных средств с наиболее краткосрочными обязательствами) позволяет определить текущую ликвидность. По данному виду ликвидности баланс имеет платежный недостаток в 2017 году в размере 84 123 тыс. рублей, в 2018 году в размере 88 287 тыс. рублей, а в 2019 году – 68 127 тыс. рублей.

Сравнение итогов второй группы по активу и пассиву (быстрореализуемых активов с краткосрочными пассивами) показывает тенденцию увеличения или уменьшения текущей ликвидности в недалеком будущем.

ООО «Ладья и Ко» по данному виду ликвидности имеет платежный излишек в 2017 году в размере 83 791 тыс. рублей, в 2018 году в размере 120 548 тыс. рублей, а в 2019 году – 105 033 тыс. рублей.

Сравнение итогов третьей группы по активу и пассиву (медленнореализуемых активов с долгосрочными пассивами) отражает

перспективную ликвидность. Перспективная ликвидность представляет собой прогноз платежеспособности предприятия на основе сравнения будущих поступлений и платежей. ООО «Ладья и Ко» по данному виду ликвидности баланса имеет платежный излишек в 2017 году в размере 48 909 тыс. рублей, в 2018 году в размере 53 561 тыс. рублей, а в 2019 году 91 102 тыс. рублей.

Сопоставление итогов четвертой группы по активу и пассиву (труднореализуемых активов с постоянными пассивами) позволяет сделать вывод о наличии у предприятия собственных оборотных средств. ООО «Ладья и Ко» в 2017 году имеет платежный излишек в размере 51 133 тыс. рублей, в 2018 - 43 721 тыс. рублей, в 2019 году – 121 078 тыс. рублей.

2.4.2 Оценка относительных показателей ликвидности и платежеспособности

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности предприятия кроме анализа ликвидности баланса необходим расчет коэффициентов ликвидности.

Цель расчета - оценить соотношение имеющихся активов, как предназначенных для непосредственной реализации, так и задействованных в технологическом процессе, с целью их последующей реализации и возмещения вложенных средств и существующих обязательств, которые должны быть погашены предприятием в предстоящем периоде.

Данные показатели представляют интерес не только для руководителей предприятия, но и для внешних субъектов анализа; коэффициент абсолютной ликвидности представляет интерес для поставщиков сырья и материалов, коэффициент быстрой ликвидности - для банков, коэффициент текущей ликвидности - для инвесторов [23].

Таблица 2.16 - Коэффициенты ликвидности ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019гг.

Показатель	Нормативное значение	2017 год	2018 год	2019год
Коэффициент текущей ликвидности (покрытия) $K_{т.л.}$	$1 \geq K_{т.л.} \geq 2$	2,1	2,2	2,5
Коэффициент критической (срочной) ликвидности $K_{к.л.}$	$K_{к.л.} \geq 1$	1,0	1,3	1,4
Коэффициент абсолютной ликвидности $K_{а.л.}$	$K_{а.л.} \geq 0,2 \dots 0,5$	0,2	0,2	0,3

Данные таблицы 2.16 - представлены на диаграмме (рис. 2.8).

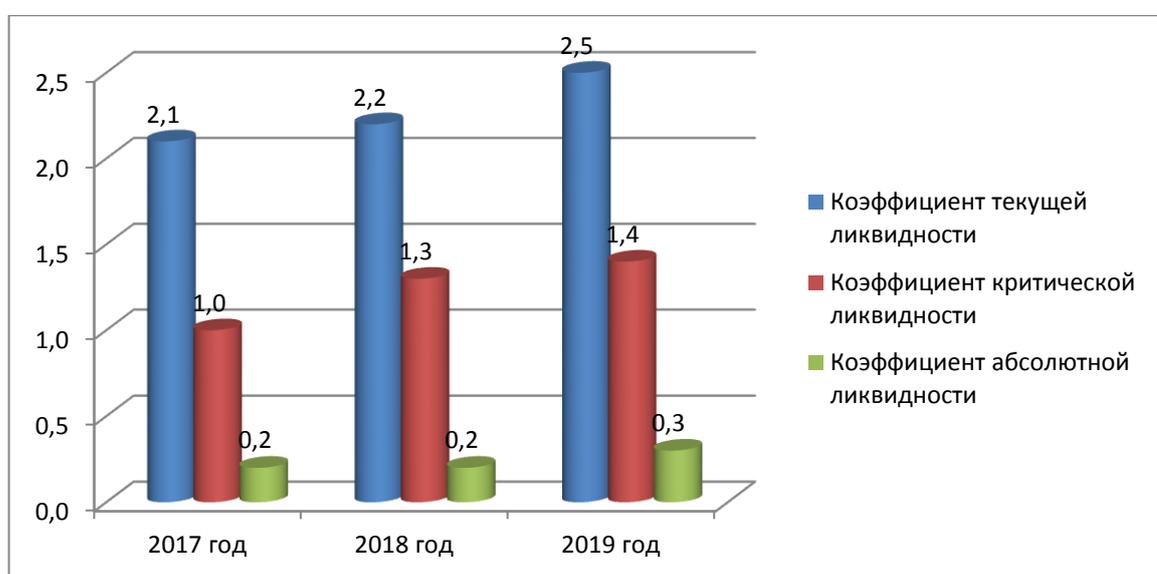


Рисунок 2.8 — Динамика коэффициента ликвидности ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

«1. Коэффициент текущей ликвидности (покрытия):

$$K_{т.л.} = (A1 + A2 + A3) / (П1 + П2), \quad (16)$$

Данный коэффициент показывает достаточность оборотных средств предприятия, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств. Характеризует запас прочности, возникающей вследствие превышения ликвидного имущества над имеющимися обязательствами.

$$\text{Условие: } 1 \geq K_{т.л.} \leq 2$$

Нижняя граница указывает на то, что оборотных средств должно быть

достаточно, чтобы покрыть свои краткосрочные обязательства[22]. Коэффициент текущей ликвидности за 2017 г. – 2,1; за 2018 г. – 2,2; за 2019 г. – 2,5; таким образом, показатель говорит о достаточности оборотных средств предприятия, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств.

2. Коэффициент критической (срочной) ликвидности:

$$K_{к.л} = (A1 + A2) / (П1 + П2), \quad (17)$$

Данный коэффициент показывает прогнозируемые платежные возможности предприятия при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами.

$$\text{Условие: } K_{к.л} \geq 1$$

Данное условие выполняется (2017 г. – 1,0; за 2018 г. – 1,3; за 2019 г. – 1,4).

3. Коэффициент абсолютной ликвидности:

$$K_{а.л} = A1 / (П1 + П2), \quad (18)$$

Данный коэффициент показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время. Характеризует платежеспособность предприятия на дату составления предприятия.

$$\text{Условие: } K_{а.л} \geq 0,2 \dots 0,5$$

Условие выполняется (за 2017 г. – 0,2; за 2018 г. – 0,2; за 2019 г. – 0,3), для ООО «Ладья и Ко» повышается платежеспособность с точки зрения эффективности работы предприятия.

Различные показатели ликвидности не только дают разностороннюю характеристику устойчивости финансового состояния предприятия при разной степени учета ликвидных средств, но и отвечают интересам различных внешних пользователей аналитической информации. Так, для поставщиков сырья и материалов наиболее интересен коэффициент абсолютной ликвидности. Банк, кредитующий данное предприятие, больше внимания уделяет коэффициенту критической ликвидности. Покупатели и держатели акций и облигаций предприятия в большей степени оценивают финансовую устойчивость

предприятия по коэффициенту текущей ликвидности [31].

2.5 Оценка деловой активности предприятия

Деловую активность предприятия можно представить как систему качественных и количественных критериев.

Качественные критерии - это широта рынков сбыта (внутренних и внешних), репутация предприятия, конкурентоспособность, наличие стабильных поставщиков и потребителей. Такие неформализованные критерии необходимо сопоставлять с критериями других предприятий, аналогичных по сфере приложения капитала [10].

«Количественные критерии деловой активности определяются абсолютными и относительными показателями. Среди абсолютных показателей следует выделить объем реализации производственной продукции (работ, услуг), прибыль, величину авансированного капитала (активы предприятия) [15].

Относительные показатели деловой активности характеризуют уровень эффективности использования ресурсов (материальных, трудовых и финансовых). Используемая система показателей деловой активности базируется на данных бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятий. Это обстоятельство позволяет по данным расчета показателей контролировать изменения в финансовом состоянии предприятия [16].

«Оценка деловой активности предприятия:

1) Производительность труда, Π_T . Рост показателя свидетельствует о повышении эффективности использования трудовых ресурсов:

$$\Pi_T = V / \text{Ч}_p, \quad (19)$$

где, Ч_p – среднесписочная численность работников;

V – выручка от реализации.

2) Фондоотдача производственных фондов, Φ . Отражает эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов. Показывает,

сколько на 1 руб. стоимости внеоборотных активов реализовано продукции:

$$\Phi = V / F_{\text{ср}}, \quad (20)$$

где, $F_{\text{ср}}$ – средняя за период стоимость внеоборотных активов.

3) Коэффициент общей оборачиваемости капитала, $O_{\text{к}}$. Показывает скорость оборота всех средств предприятия:

$$O_{\text{к}} = V / B_{\text{ср}}, \quad (21)$$

где, $B_{\text{ср}}$ – средняя за период итог баланса.

4) Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, $O_{\text{об}}$. Отражает скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за анализируемый период, или сколько рублей оборота (выручки) приходится на каждый рубль данного вида активов:

$$O_{\text{об}} = V / R_{\text{аср}}, \quad (22)$$

где, $R_{\text{аср}}$ – средняя за период величина оборотных активов.

5) Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств, $O_{\text{м.ср}}$. Скорость оборота запасов и затрат, т. е. Число оборотов за отчётный период, за который материальные оборотные средства превращаются в денежную форму:

$$O_{\text{м.ср}} = V / Z_{\text{ср}}, \quad (23)$$

где, $Z_{\text{ср}}$ – средняя за период величина запасов и затрат.

6) Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, $O_{\text{д/з}}$. Показывает число оборотов за период коммерческого кредита, предоставленного предприятием. При ускорении оборачиваемости происходит снижение значения показателя, что свидетельствует об улучшении расчётов с дебиторами:

$$O_{\text{д/з}} = V / r_{\text{аср}}, \quad (24)$$

где, $r_{\text{аср}}$ – средняя за период дебиторская задолженность.

7) Средний срок оборота дебиторской задолженности, $C_{\text{д/з}}$. Показатель характеризует продолжительность одного оборота дебиторской задолженности в днях. Снижение показателя – благоприятная тенденция:

$$C_{\text{д/з}} = 365 / O_{\text{д/з}}, \quad (25)$$

8) Средний срок оборота материальных средств, $C_{\text{м.ср}}$. Продолжительность

оборота материальных средств за отчётный период:

$$C_{м.ср} = 365 / O_{м.ср}, \quad (26)$$

9) Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, $O_{к/з}$. Скорость оборота задолженности предприятия, ускорение не благоприятно сказывается на ликвидности:

$$O_{к/з} = V / r_{ср}, \quad (27)$$

где, $r_{ср}$ – средняя за период кредиторская задолженность.

10) Продолжительность оборота кредиторской задолженности, $C_{к/з}$. Показывает период, за который предприятие покрывает срочную задолженность. Замедление оборачиваемости, т. е. увеличение периода, характеризуется как благоприятная тенденция:

$$C_{к/з} = 365 / O_{к/з}, \quad (28)$$

11) Коэффициент оборачиваемости собственного капитала, $O_{ск}$. Отражает активность собственных средств. Рост в динамике означает повышение эффективности используемого собственного капитала:

$$O_{ск} = V / I_{ср}, \quad (29)$$

где, $I_{ср}$ – средняя за период величина собственного капитала резервов.

12) Продолжительность операционного цикла, Π_0 . Характеризует общее время, в течение которого финансовые ресурсы находятся в материальных средствах и дебиторской задолженности. Необходимо стремиться к снижению значения данного показателя:

$$\Pi_0 = C_{д/з} + C_{м.ср}, \quad (30)$$

13) Продолжительность финансового цикла, $\Pi_ф$. Время, в течение которого финансовые ресурсы отвлечены из оборота» [22]. Цель – сокращение финансового цикла, т. е. сокращение операционного цикла и замедление срока оборота кредиторской задолженности до приемлемого уровня:

$$\Pi_ф = \Pi_0 - C_{к/з}. \quad (31)$$

Показатели деловой активности ООО «Ладья и Ко» представлены в таблице 2.17

Таблица 2.17 - Показатели деловой активности ООО «Ладья и Ко»

за 2017-2019 гг.

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год	Изменение (+;-)	
				2018 к 2017 гг.	2019 к 2018 гг.
Производительность труда	982,7	1 154,7	1 252,6	172,00	97,90
Фондоотдача производственных фондов	0,03	0,03	0,03	0,00	0,00
Коэффициент общей оборачиваемости капитала	1,54	1,62	1,61	0,08	-0,01
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	4,60	5,17	5,24	0,57	0,07
Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств	9,05	10,18	11,34	1,13	1,16
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	11,73	13,15	12,83	1,42	-0,32
Средний срок оборота дебиторской задолженности	31,12	27,76	28,46	-3,36	0,69
Средний срок оборота материальных средств	40,31	35,85	32,18	-4,47	-3,66
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	9,59	10,78	12,70	1,19	1,92
Продолжительность оборота кредиторской задолженности	38,05	33,86	28,73	-4,19	-5,13
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	2,06	2,16	1,90	0,10	-0,26
Продолжительность операционного цикла	71,44	63,61	60,64	-7,82	-2,97
Продолжительность финансового цикла	33,39	29,75	31,91	-3,64	2,16

С ростом выручки повысилась производительность труда, что свидетельствует о повышении эффективности использования трудовых ресурсов. Показатель фондоотдачи производственных фондов на протяжении всего анализируемого периода рос, что свидетельствует о повышении эффективности

использования основных средств. Таким образом, на каждый рубль производственных фондов ООО «Ладья и Ко» реализовано услуг в 2017 году – на 2,3 руб., в 2018 году- на 2,4 руб. и в 2019 году- на 2,5 руб.

Данные таблицы 2.17 - представлены на рис. 2.9, 2.10, 2.11 и 2.12).



Рисунок 2.9 – Динамика производительности труда ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

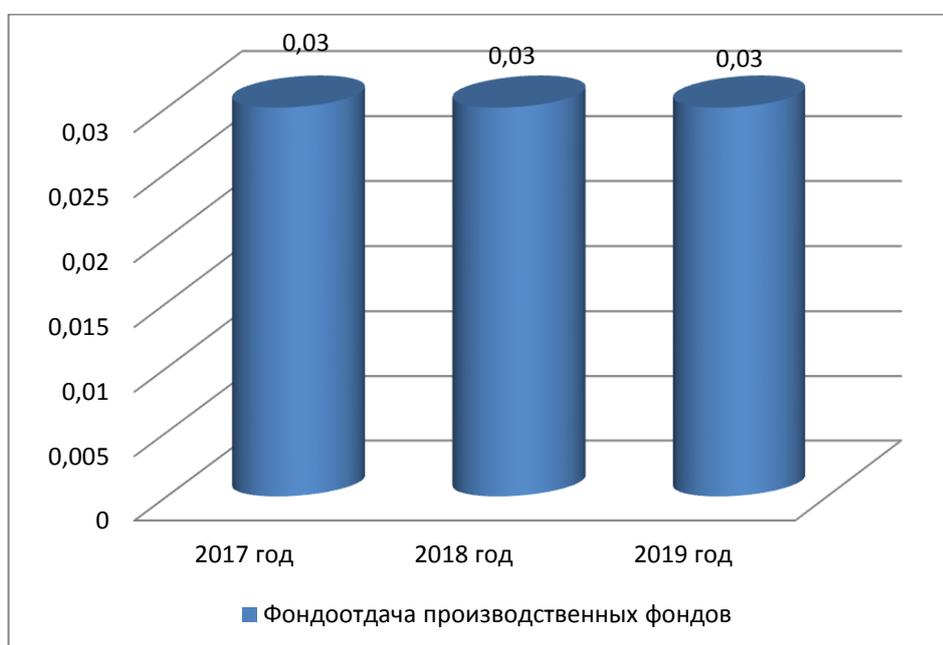


Рисунок 2.10 – Динамика фондоотдачи производственных фондов ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

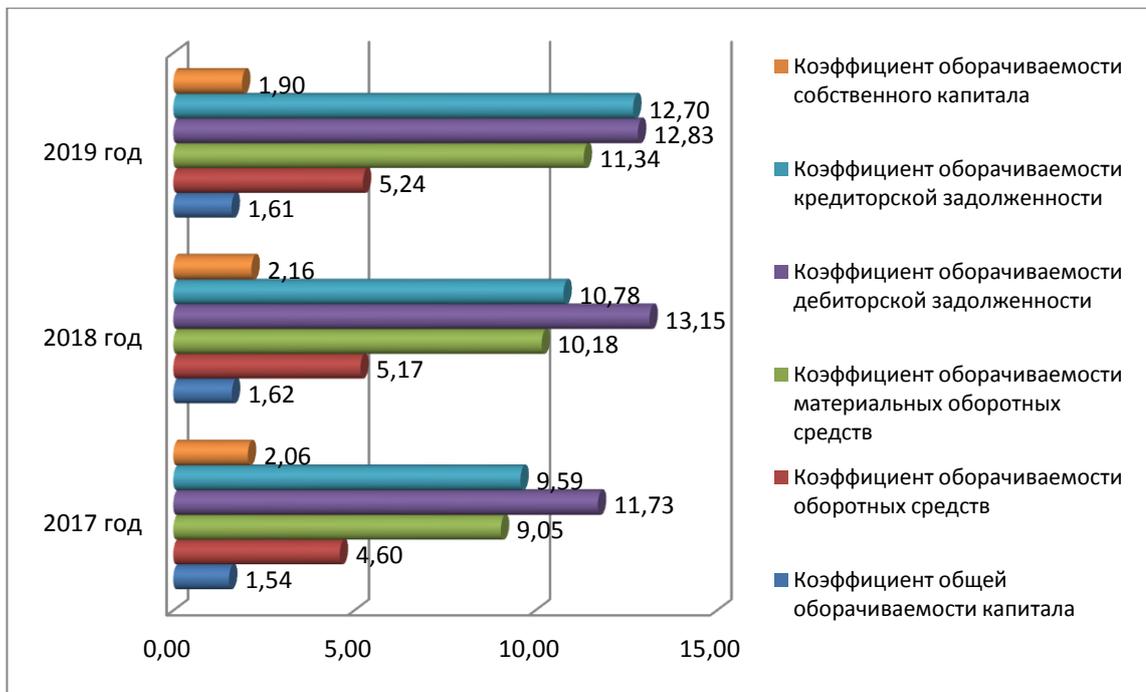


Рисунок 2.11 – Динамика коэффициентов оборачиваемости ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

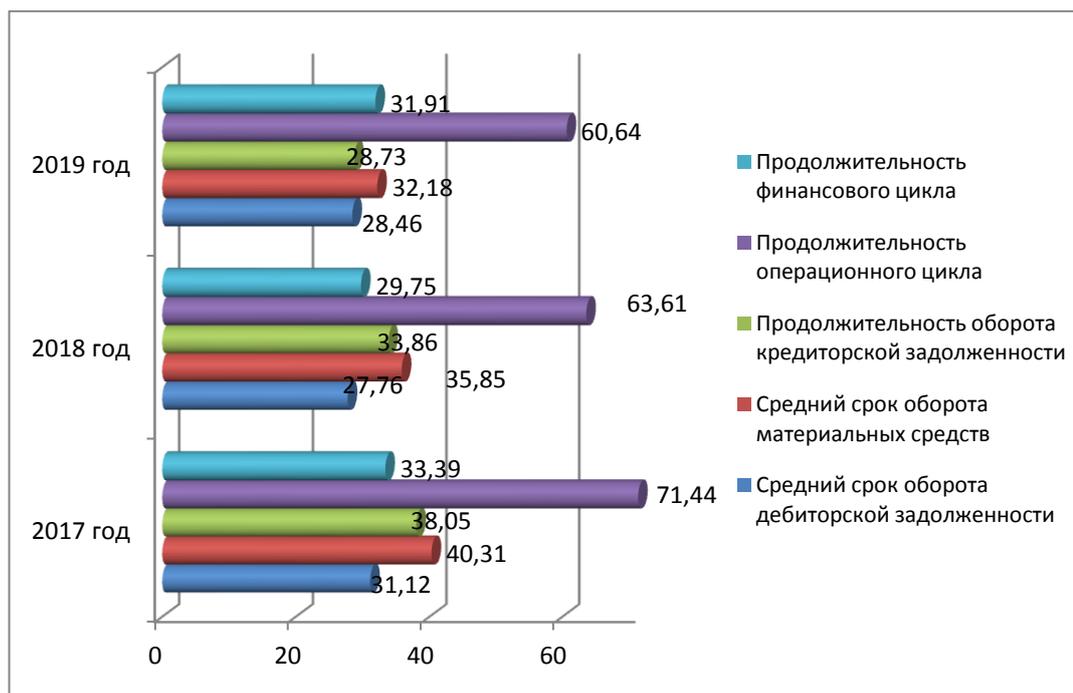


Рисунок 2.12 – Динамика продолжительности оборота ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

На протяжении всего периода росли значения коэффициента общей оборачиваемости капитала и коэффициента оборачиваемости оборотных средств остаются неизменными это свидетельствует о стабильности кругооборота

средств предприятия.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого предприятием. Уменьшение этого коэффициента в 2019 году свидетельствует об уменьшении объема предоставляемого кредита, в 2018 году - об увеличении.

Рост коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности означает увеличение скорости оплаты задолженности предприятия. В 2018 году наблюдается рост данного показателя на 1,19, а в 2019 году – на 1,92. Продолжительность оборота кредиторской задолженности отражает средний срок возврата долгов предприятия.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала показывает скорость оборота собственного капитала, его активность, т.е. сколько рублей выручки приходится на 1 рубль вложенного собственного капитала. Его рост в 2018 году отражает увеличение уровня оказываемых услуг, которое не должно в значительной степени обеспечиваться кредитами и свидетельствует об эффективном использовании собственных средств. Снижение в 2019 году говорит об обратной ситуации.

Продолжительность операционного цикла характеризует общее время, в течение которого финансовые ресурсы находятся в материальных средствах и дебиторской задолженности. Из анализа видно, что продолжительность операционного цикла уменьшилась; это является положительной тенденцией, так как всегда необходимо стремиться к снижению данного показателя. Резервы сокращения операционного цикла - за счет ускорения производственного процесса и оборачиваемости дебиторской задолженности.

Продолжительность финансового цикла – это время, в течение которого ресурсы отвлечены из оборота. Продолжительность финансового цикла в 2018 году уменьшилась на 3,64 дня, а в 2019 увеличилась на 2,16 дня, что в целом является положительной тенденцией. Финансовый цикл можно сократить также как и операционный цикл за счет ускорения производственного процесса,

оборачиваемости дебиторской задолженности, а также замедления оборачиваемости кредиторской задолженности.

2.6 Анализ рентабельности ООО «Ладья и Ко»

Рентабельность – один из основных качественных показателей эффективности производства на предприятии, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе производства и реализации продукции (работ, услуг). Если деловая активность предприятия в финансовой сфере проявляется, прежде всего, в скорости оборота ресурсов, то рентабельность предприятия показывает степень прибыльности его деятельности[8].

Являясь показателем эффективности, рентабельность определяется соотношением результат и затрат. В качестве результата в данном случае используется тот или иной показатель прибыли, а затраты могут быть представлены себестоимостью, стоимостью имущества или отдельных его видов, размером авансируемого капитала. Поэтому основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

1. Показатели доходности продукции. Рассчитываются на основе выручки от реализации продукции (работ, услуг) и затрат на производство (рентабельность продаж, рентабельность основной деятельности).

2. Показатели доходности имущества предприятия. Формируются на основе расчета уровня рентабельности, в зависимости от изменения размера имущества (рентабельность всего капитала, рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов).

3. Показатели доходности используемого капитала. Рассчитываются на базе инвестируемого капитала (рентабельность собственного капитала, рентабельность перманентного капитала)» [34].

Расчет основных показателей, характеризующих рентабельность предприятия:

1. Рентабельность продаж:

$$R_n = P_p / V, \quad (32)$$

где, P_p - прибыль от реализации продукции (работ, услуг) (форма № 2, стр. 050).

Данная величина показывает доходность реализации, то есть на сколько рублей нужно реализовать продукции, чтобы получить 1 рубль прибыли. Напрямую связана с динамикой цены реализации продукции, уровнем затрат на производство.

2. Рентабельность реализованной продукции:

$$R_p = P_p / Z, \quad (33)$$

где, Z - себестоимость реализации продукции (работ, услуг) (форма № 2, стр. 020).

Данная величина показывает прибыль от понесенных затрат на производство. дополняет показатель рентабельности продаж (R_n). Динамика коэффициента может свидетельствовать о необходимости пересмотра цен или усиления контроля за себестоимостью реализованной продукции.

3. Рентабельность всего капитала предприятия:

$$R_k = P_{\text{ч}} / B_{\text{ср}}, \quad (34)$$

где, $P_{\text{ч}}$ - чистая прибыль после уплаты налога на прибыль (форма № 2, стр. 190).

Данный показатель определяет эффективность всего имущества предприятия. При сравнении рентабельности капитала с рентабельностью продукции и величиной ставки по банковскому кредиту можно сделать вывод о неоправданном завышении процентной ставки, либо о неудовлетворительном использовании капитала предприятия.

4. Рентабельность производственных фондов:

$$P_{\text{пф}} = P_{\text{ч}} / (F_o + F_{\text{об}}), \quad (35)$$

где, F_o - средняя за период стоимость основных производственных фондов;

$F_{об}$ - средние остатки за период оборотных средств предприятия.

Рентабельность производственных фондов показывает величину чистой прибыли, приходящейся на единицу стоимости производственных фондов.

5. Рентабельность собственного капитала:

$$R_{ск} = P_{ч} / Ис_{ср}, \quad (36)$$

Данный показатель отражает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия. Основным критерий при оценке уровня котировки акций на бирже»[11].

Показатели рентабельности ООО «Ладья и Ко» представлены в таблице 2.18.

Таблица 2.18 - Показатели рентабельности ООО «Ладья и Ко»

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год	Изменение(+;-)	
				2018 к 2017 гг.	2019 к 2018 гг.
Рентабельность продаж	20,00	17,19	17,27	-2,81	0,08
Рентабельность реализованной продукции	24,99	20,76	20,87	-4,23	0,11
Рентабельность всего капитала предприятия	2,41	2,18	2,18	-0,23	0,00
Рентабельность производственных фондов	2,54	2,45	2,45	-0,09	0,00
Рентабельность собственного капитала	3,23	2,91	2,57	-0,32	-0,34

Данные таблицы 2.18 представлены на диаграмме (рис. 2.13).

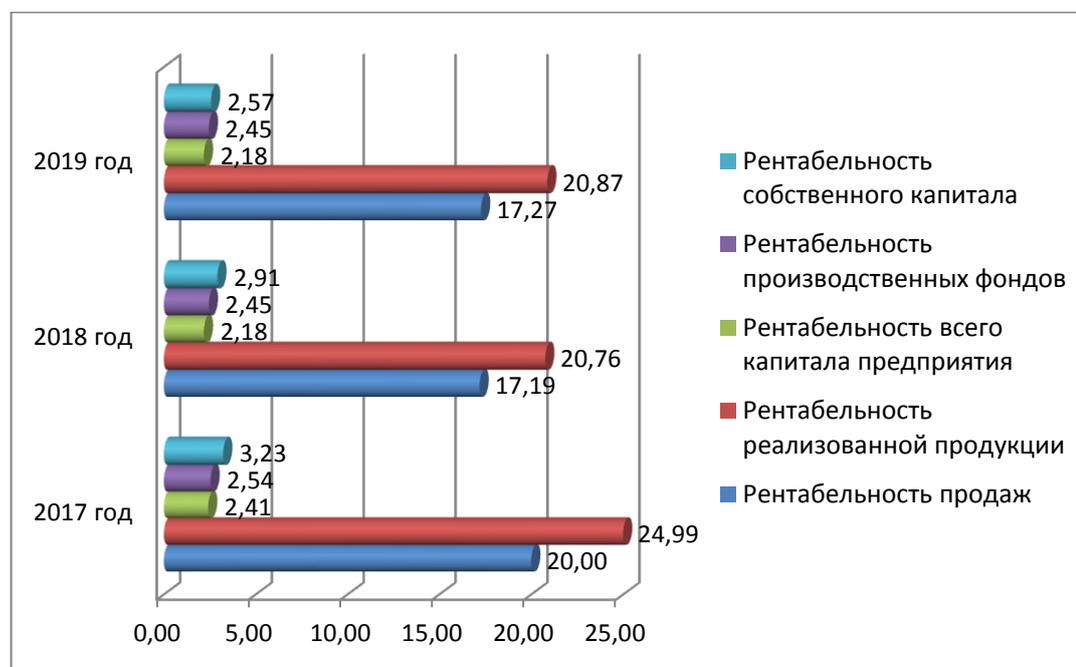


Рисунок 2.13– Динамика показателей рентабельности ООО «Ладья и Ко»

Рентабельность продаж показывает, сколько прибыли приходится на

единицу реализованной продукции. В 2017 году данный показатель составляет 20,00; понижение рентабельности продаж в 2018 году до 17,19, а в 2019 году показатель увеличивается и составляет 17,27, что связано с увеличением затрат на производство и снижением чистой прибыли.

Рентабельность реализованных услуг показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованных услуг. Рост данного показателя в 2019 году является следствием роста цен при постоянных затратах на реализацию услуг или снижения затрат при постоянных ценах. За анализируемый период значение данного показателя на ООО «Ладья и Ко» сократилась с 24,99 в 2017 году до 20,76 в 2018 году, и увеличилось до 20,87 в 2019 году.

Рентабельность производственных фондов отражает эффективность использования оборотных и внеоборотных активов. Рентабельность в 2017 году составляла 2,54; данный показатель сокращается в 2018 году до 2,45, в 2019 году – остается неизменным. Чем выше показатель рентабельности производственных фондов, тем быстрее движутся материалы и деньги.

Общая рентабельность финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ладья и Ко» в 2018 году по сравнению с 2017 годом снизилась с 3,23% до 2,91. Это означает снижение эффективности использования средств, принадлежащих собственникам предприятия. А в 2019 году снизилась еще до 2,57%.

Показатели рентабельности отражают результативность работы предприятия за отчетный период. В хозяйственной деятельности предприятия могут происходить изменения, требующие крупных инвестиций и затрат. Но планируемый долгосрочный эффект показатели не отражают, поэтому снижение уровня рентабельности в рассматриваемом периоде не всегда следует расценивать как негативную тенденцию. В данном случае наблюдается снижение показателей рентабельности всего капитала предприятия, основных производственных фондов и собственного капитала.

В целом динамику баланса ООО «Ладья и Ко» за 2017, 2018 и 2019 гг. можно расценить как положительную, характерную для динамично

развивающегося предприятия. Рассмотрение каждого показателя в отдельности также позволяет сделать вывод, что предприятие работало рентабельно, с наработками на перспективу. Рост активов баланса, отсутствие заемных средств, необоснованной кредиторской задолженности, снижение долгосрочных обязательств, получение чистой прибыли – все это признаки положительной динамики и стабильности развития предприятия.

2.7 Анализ затратности функционирования ООО «Ладья и Ко»

Любая коммерческая организация в процессе своей деятельности несет определенные расходы. Например, сюда относятся содержание помещений, коммунальные платежи, заработная плата персонала, налоги и так далее [12].

«При формировании расходов по обычным видам деятельности согласно пункту 8 ПБУ 10/99 должна быть обеспечена их группировка по следующим элементам:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты [27].

«В составе элемента «Материальные затраты» отражается:

- стоимость материальных ресурсов, формируемая исходя из цен их приобретения (без учета налога на добавленную стоимость);
- наценок (надбавок);
- комиссионных вознаграждений, уплачиваемых снабженческим и внешнеэкономическим организациям;
- стоимости услуг товарных бирж, включая брокерские услуги;
- таможенных пошлин;
- платы за услуги по транспортировке, хранению и доставке,

осуществляемые сторонними организациями;

– иных затрат, непосредственно связанных с приобретением запасов (в частности, начисленные или определенные до момента принятия запасов к учету проценты по заемным средствам, если они привлечены для приобретения данных запасов, а также суммовые разницы)[28].

В составе элемента «Затраты на оплату труда» отражаются затраты на оплату труда основного, вспомогательного и управленческого производственного персонала организации за фактически выполненную работу, исчисленные по сдельным расценкам, тарифным ставкам и должностным окладам в соответствии с принятыми в организации формами и системами оплаты труда[26].

В состав элемента «Отчисления на социальные нужды» входят обязательные отчисления по установленным законодательством нормам единого социального налога (органам государственного социального страхования, в Пенсионный фонд и фонды обязательного медицинского страхования). Отчисления производятся от затрат на оплату труда работников, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) по элементу «Затраты на оплату труда» (кроме тех видов оплаты, на которые страховые взносы не начисляются)[2].

В составе элемента «Амортизация» отражается начисленная сумма амортизационных отчислений основных средств, а также нематериальных активов, исчисленная в порядке, установленном учетной политикой организации[3].

К элементу «Прочие затраты» в составе себестоимости продукции (работ, услуг) относятся платежи (в том числе по обязательным видам страхования), отчисления в страховые фонды (резервы) и другие обязательные отчисления, производимые в соответствии с установленным законодательством порядком, платежи за выбросы (сбросы) загрязняющих веществ, вознаграждения за изобретения и рационализаторские предложения, оплата работ по сертификации продукции, затраты на командировки, подъемные, плата сторонним организациям за пожарную и сторожевую охрану, за подготовку и переподготовку кадров,

затраты на организованный набор работников, на гарантийный ремонт и обслуживание, оплата услуг связи, вычислительных центров, плата за аренду в случае аренды отдельных объектов основных средств (или их отдельных частей), а также другие затраты, входящие в состав себестоимости продукции (работ, услуг), но не относящиеся к ранее перечисленным элементам затрат» [36].

Для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям затрат, при этом перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно [44].

Динамика издержек ООО «Ладья и Ко» приведена в таблице 2.19.

Таблица 2.19 – Динамика затрат ООО «Ладья и Ко»

Затраты	2017 год, тыс. руб.	%	2018 год, тыс. руб.	%	2019 год, тыс. руб.	%	Изменение(+;-)	
							2018г.к 2017г.	2019г. к 2018 г.
Транспортные расходы	325	6,27	345	6,10	357	5,56	-0,17	-0,53
Расходы на оплату труда	1054	20,34	1240	21,92	1587	24,74	1,58	2,81
Отчисления на социальные нужды	316	6,10	372	6,58	476	7,42	0,47	0,84
Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений	1561	30,13	1745	30,85	1925	30,01	0,73	-0,84
Амортизация основных средств	178	3,43	178	3,15	178	2,77	-0,28	-0,37
Расходы на ремонт основных средств	252	4,86	258	4,56	296	4,61	-0,30	0,05
Расходы на газ, электроэнергию	200	3,86	212	3,75	264	4,12	-0,11	0,37
Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров	518	10,00	537	9,49	562	8,76	-0,50	-0,73
Расходы на рекламу	293	5,65	293	5,18	295	4,60	-0,47	-0,58
Затраты по оплате процентов за кредит	116	2,24	113	2,00	108	1,68	-0,24	-0,31
Потери по таре	112	2,16	115	2,03	114	1,78	-0,13	-0,26
Прочие расходы	257	4,95	248	4,38	253	3,94	-0,57	-0,44
Итого	5181	100	5656	100	6415	100	0,00	0,00

Данные таблицы 2.19 представлены на диаграмме (рис. 2.14.).

Из таблицы 2.19 видно, что общее количество затрат в 2018 году снизилось на 475 тыс. рублей, а в 2019 году выросло на 759 тыс. рублей.

Основную часть затрат занимают расходы на аренду и содержание зданий,

сооружений, помещений, причем их доля составляет 30,13% в 2017 году, 30,85% в 2018 году, 30,01% в 2019 году.

Следующей по величине статьей затрат является расходы на оплату труда. Их доля в 2017 году составила 20,34%, в 2018 году – 21,92% и в 2019 году – 24,74%. И расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров занимают третье место по величине затрат, причем их доля сокращается с 10,00% в 2017 году до 8,76% в 2019 году.

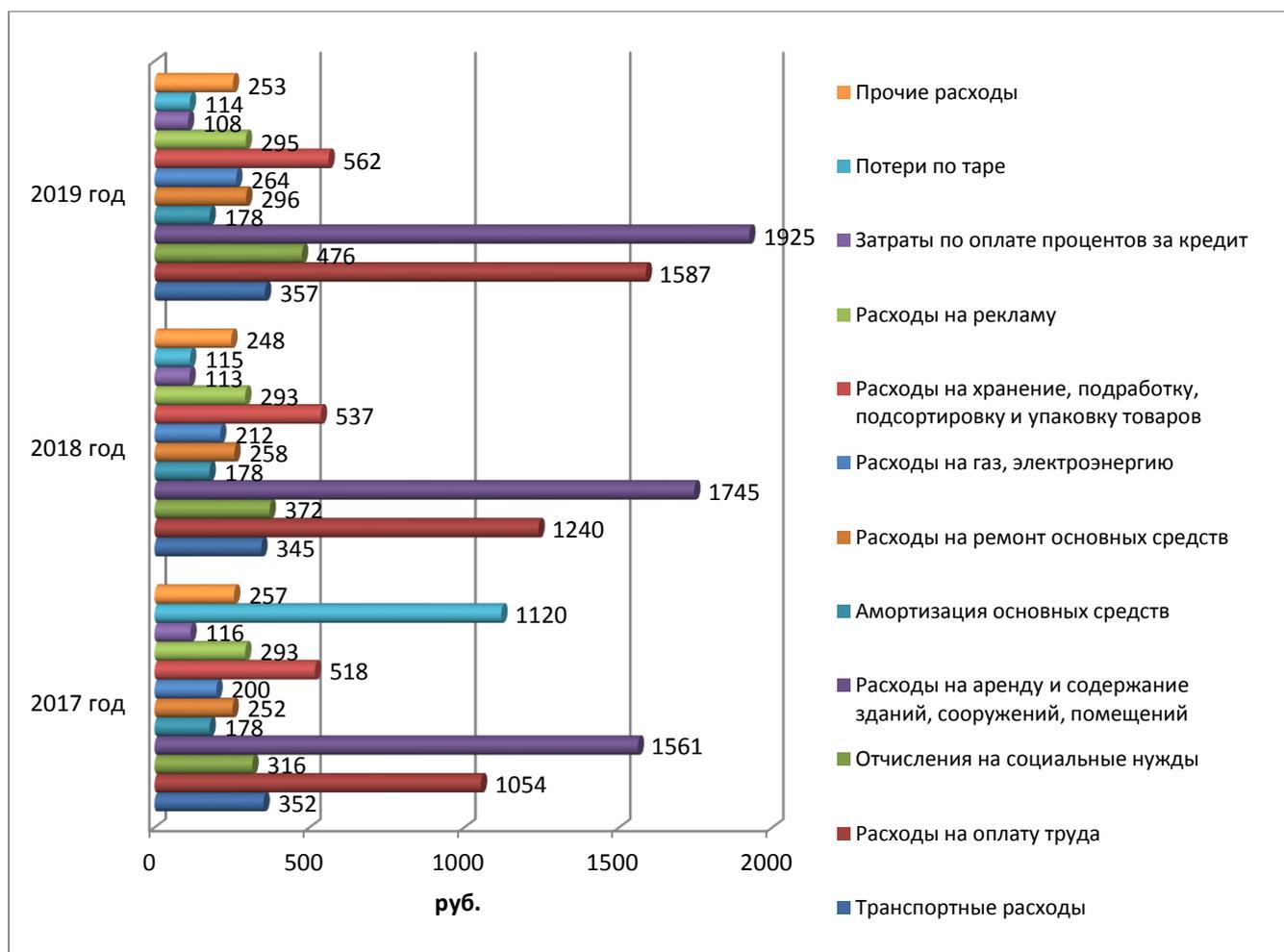


Рисунок 2.14– Динамика затрат ООО «Ладья и Ко» за 2017-2019 гг.

Доля материальных затрат в 2018 году уменьшилась на 0,78%, а в 2019 году - на 0,58%, что является хорошим фактором.

Отчисления на социальные нужды за рассматриваемый период увеличиваются с 6,10% до 7,42% за 2017-2019 гг.

Транспортные расходы также сокращаются в своем удельном весе с 6,27% на начало периода до 5,56% на конец периода.

Расходы на рекламу уменьшаются с 5,65% до 4,60% за рассматриваемый период.

Расходы на ремонт основных средств уменьшилась на 0,30%, а в 2019 году выросла на 0,05%.

Расходы на топливо, газ, электроэнергию сократилась на 00,11%, а в 2019 году увеличила на 0,37%.

Доля прочих расходов 2018 году уменьшилась на 0,57%, а в 2019 году на 0,44%.

Доля амортизации основных средств сократилась в динамике с 2017 по 2018 год на 0,28%, с 2018 по 2019 год на 0,37%.

Доля на социальные выплаты в динамике с 2017 по 2018 г. снизилась на 0,26%, с 2018 по 2019 г. увеличилась на 0,09%.

Следующей статьёй по величине затрат являются затраты по оплате процентов за кредит. Их удельный вес сокращается с 2,24% до 1,68% за период 2017-2019 гг.

Потери по таре являются самой малой статьёй по величине затрат, кроме того, их удельный вес также сокращается с 2,16% до 1,78% за рассматриваемый период.

3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ ООО «ЛАДЬЯ И КО»

3.1 Основные пути повышения эффективности деятельности в ООО «Ладья и Ко».

В рамках продвижения услуг ресторана выделяются два важных направления: привлечение новых клиентов и удержание существующих. Для реализации этих задач выделяются способы рекламирования и других коммуникаций с клиентами, разрабатывается программа работы с клиентами.

Одним из основных инструментов привлечения является проведение различных рекламных и PR-акций, в том числе предоставление скидок в определенные дни или на определенные блюда, подарки, розыгрыши, подарочные купоны и др. Для того, чтобы все проводимые мероприятия своевременно обеспечивались информационной и рекламной поддержкой, разрабатывается маркетинговый план, содержащий информацию о клиентских программах (по картам клиента), предоставляемых скидках, времени проведения акций.

Кроме того, разрабатывается бюджет и информационное обеспечение каждой акции. Целью продвижения услуг выделить ООО «Ладья и Ко» является стимулирование спроса и улучшение образа заведения. Продвижение представляет собой специальную активность, которая рассчитана на формирование и стимулирование интереса к услугам заведения. В данном комплексе мероприятий планируется осуществление следующих направлений:

1. Организация рекламной деятельности. Данное направление предполагает привлечение внимания, интереса потенциальных потребителей, информирование об оказываемых услугах.



Рисунок 3.1 - Логотип ООО «Ладья и Ко»

2. Осуществление PR-деятельности предполагает участие в выставках, а также различных мероприятиях города, что позволит привлечь большее внимание потенциальных потребителей.

3. Стимулирование сбыта предполагает введение системы скидок, а также проведение различных конкурсов с последующим розыгрышем призов, проведение сезонных акций.



Рисунок 3.2 - Дисконтная карта.

4. Проведение мастер-классов по приготовлению блюд восточной кухни предполагает ознакомление гостей с традициями и обычаями традиционной

восточной кухни, а также приготовление популярных блюд самостоятельно под руководством шеф-повара.



Рисунок 3.3 - Мастер класс для детей.

5. Проведение экскурсий на кухню ресторана предполагает ознакомление гостей с технологией и процессом приготовления хлеба, а также восточными традициями и обычаями.

Предложенные направления деятельности представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - План комплекса мероприятий по продвижению услуг

ООО «Ладья и Ко»

Направления деятельности	Сроки реализации
Рекламная деятельность: <ul style="list-style-type: none"> • наружная реклама; • реклама в прессе; • печатная реклама; • реклама в СМИ. 	В течение года
участие в выставках.	
участие в городских мероприятиях.	В течение года
Стимулирование продаж: <ul style="list-style-type: none"> • введение системы скидок; • проведение акций и конкурсов. 	
Проведение мастер-классов	В течение года
Проведение экскурсий на кухню	В течение года

Предложенные направления деятельности по продвижению услуг в ООО «Ладья и Ко» позволят проинформировать потенциальных потребителей о деятельности заведения и о предоставляемой продукции и оказываемых услугах, что в свою очередь позволит увеличить объемы реализации услуг и тем самым получить дополнительный доход.

Таким образом, предложенный комплекс мероприятий, направленных на продвижение услуг ООО «Ладья и Ко», базируется на применении и использовании различных методов продвижения, что в свою очередь позволит привлечь большее число гостей, а в последствии получить дополнительные доходы.



Рисунок 3.4 - Зал для посетителей на втором этаже ООО «Ладья и Ко»

3.1.1 Организация рекламной деятельности

Мероприятия по организации рекламной деятельности способствуют привлечению интереса потенциальных потребителей и информированию их о предоставляемой продукции и оказываемых услугах в ООО «Ладья и Ко».

Рассмотрим более подробно содержание данного направления:

1. Для реализации данного направления целесообразно ввести в штатное расписание предприятия новую должность менеджера по рекламе.

К основным функциям, которые должен выполнять менеджер по рекламе, относятся: работа с полиграфическими фирмами; разработка и заказ сувенирной продукции; участие в выставочных мероприятиях; частичное администрирование интернет сайта; работа со СМИ, работа с рекламными агентствами; разработка плана реализации рекламных мероприятий; оценка затрат на реализацию рекламных мероприятий; оценка экономической эффективности реализации рекламных мероприятий.

Для успешной деятельности менеджера по рекламе необходимо организовать рабочее место. Для организации рабочего места потребуется: приобрести и установить оргтехнику – компьютер, телефон-факс, принтер; установить программное обеспечение; подключить сеть интернет; приобрести мебель, канцелярские принадлежности.

2. Медиапланирование представляет собой планирование рекламной кампании в средствах массовой информации, то есть оптимальное планирование рекламного бюджета при выборе каналов размещения рекламы для обеспечения максимальной эффективности рекламной кампании. В процессе разработки медиаплана решаются следующие задачи:

- позиционирование рекламных сообщений с целью определения круга потенциальных потребителей (целевой аудитории) рекламируемых услуг;
- определение доли целевой аудитории, которая должна быть охвачена рекламой;
- оптимальный выбор средств распространения рекламной информации;
- определение оптимальных параметров интенсивности проведения рекламных мероприятий для достижения поставленных целей и задач в заданные сроки;
- расчет оптимального бюджета рекламной кампании по отношению

результата к затратам.

3. Выбор оптимального средства рекламы. Саму рекламу предприятий ресторанного бизнеса в настоящее время можно поделить на три категории: промоушен, вывеска, поддерживающая реклама. Существуют следующие средства распространения рекламы:

- реклама в прессе;
- печатная реклама;
- аудиовизуальная реклама;
- радио- и телереклама;
- рекламные сувениры;
- прямая почтовая реклама; наружная реклама; компьютеризованная реклама.

Для организации рекламной деятельности в ООО «Ладья и Ко» целесообразно использовать такие средства распространения рекламы, как реклама в прессе, печатная реклама, реклама в СМИ, наружная реклама.

Охарактеризуем каждое средство распространения рекламы, которое является наиболее подходящим для проведения рекламной кампании в ООО «Ладья и Ко».

1) Реклама в прессе включает в себя самые различные рекламные материалы, опубликованные в периодической печати. Реклама в прессе популярна в силу своей оперативности, доступности, массовости охвата читателей и, что немаловажно, возможности еще и еще раз возвратиться к напечатанному.

Выбирая издание необходимо обратить внимание на тираж, расценки на объявления различных размеров и разные места расположения объявлений. В качестве рекламных носителей следует выбрать следующие специализированные издания: журнал «Выбирай». Информация об оказываемых услугах будет выходить в каждом номере журнала.

2) Специализированная печатная продукция – одно из важнейших средств распространения рекламы для предприятий общественного питания. Кафе и

рестораны издают красочные открытки, брошюры, буклеты, каталоги и т. д., в которых изобразительным и текстовым способом продвигают рекламу об имеющихся возможностях обслуживания гостей.

В ООО «Ладья и Ко» необходимо использовать такую печатную рекламу, как листовки. В листовке будет помещаться информация о заведении: ассортимент кулинарной продукции, перечень дополнительных услуг, проводимые мероприятия, акции.

3) Реклама в СМИ может быть эффективна при яркости и неординарности рекламного макета. Это особенно важно сейчас, когда наблюдается пресыщение рекламной информацией. Рекламирование кафе неотделимо от его концепции – поэтому в ролике должна содержаться информация об уникальности данного заведения. Планируется транслировать ролик на радиостанции «Европа Плюс» два раза в день в течение 1 года.

4) Каждое предприятие ресторанного бизнеса должно иметь вывеску. Дополнительно, для удобства нахождения кафе можно разместить панель - кронштейны, штендеры, зазывал. Любой элемент наружной рекламы должен быть надлежащим образом зарегистрирован и иметь так называемый паспорт рекламного места. Оплата за размещение рекламы (в бюджет) дифференцированная и зависит от местонахождения ресторана.

Наружная реклама чаще всего оформляется в виде щитовой рекламы, рекламы на транспорте, вывесок и прочее.

Для рекламы услуг в ООО «Ладья и Ко» будет использована щитовая реклама. Магистральный щит - это отдельно стоящий двухсторонний щит на собственной опоре, размещаемый вдоль автомобильных трасс и используемый для проведения масштабных рекламных кампаний (акций).

Плакаты для этих щитов печатаются на баннерной ткани единым полотном или на специальной бумаге высокой плотности с клеевой пропиткой; в этом случае изображение состоит из 8-10 частей. Площадь щитовой конструкции составит 3х6 м. Планируется арендовать две щитовые конструкции с одной

стороны. Аренду щитовых конструкций планируется осуществлять в Центральном районе не далеко от самого заведения.

4. Разработка календарного графика реализации мероприятий по осуществлению рекламной деятельности предполагает указание сроков реализации каждого направления деятельности. График реализации рассмотренных мероприятий по организации рекламной деятельности представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2. - График реализации мероприятий по организации рекламной деятельности

Направления		Сроки реализации
1.	Поиск и подбор кандидата на должность менеджера по рекламе	август 2019г.
2.	Организация рабочего места менеджера по рекламе	август 2019г.
2.1.	Приобретение мебели	-
2.2.	Приобретение и установка оргтехники	-
2.3.	Установка программного обеспечения	-
2.4.	Подключение глобальной сети интернет	-
3.	Выбор средств распространения рекламы.	август 2019
3.1	Реклама в прессе	в течении года
3.2	Печатная реклама	в течение года
3.3	Реклама в СМИ	в течение года
3.4	Наружная реклама	в течение года
4.	Оценка затрат на организацию рекламной деятельности	в течение года

Реализация предложенных мероприятий по организации рекламной деятельности в ООО «Ладья Ко» начнется в этом году и некоторые направления деятельности будут реализовываться в течение длительного периода – более одного года.

5. Поиск и заключение договорных отношений с фирмой-исполнителем. Для осуществление рекламной деятельности необходимо заключить договорные отношения с фирмой-изготовителем печатной продукции, наружной рекламы, с издательством журналов «Выбирай».

6. Определение затрат на реализацию мероприятий по рекламной

деятельности предполагают использование одного из методов формирования бюджета на рекламную деятельность. Существуют различные методы:

1) метод финансирования от возможностей, или остаточный принцип заключается в том, что на долю затрат на рекламу приходится лишь то, что остается после распределения ресурсов на другие направления деятельности предприятия.

2) метод фиксированного процента предусматривает отчисление на рекламу определенной доли прибыли.

3) метод соответствия конкуренту предполагает, что затраты на рекламу выделяются в соответствии с уровнем затрат у конкурирующих фирм с поправкой на долю рынка и размеры фирмы.

4) метод максимальных расходов предполагает выделение на рекламную кампанию как можно больших средств.

5) метод на основе целей и задач предполагает разработку четко сформулированных целей и задач рекламы, разработку соответствующей стратегии и детальную проработку рекламной кампании, а также расчет ориентировочной стоимости рекламной программы.

6) метод планирования окупаемости предполагает, что реакцию продаж на рекламные затраты можно оценить, поскольку определение будущих поступлений также основывается на таких примерных оценках.

В данном комплексе мероприятий по продвижению услуг ресторана целесообразно опираться на метод на основе целей и задач рекламы посредством расчета ориентировочной стоимости рекламного бюджета. При этом следует учитывать, что в соответствии с существующими закономерностями рекламной деятельности затраты на рекламу не могут превышать 10 – 12% от реальной прибыли предприятия.

7. Оценка эффективности рекламной деятельности представляет собой соотношение результатов и затрат, используемых для достижения полученного результата. Оценка эффективности рекламной деятельности предусматривает

расчет экономической эффективности в виде отношения прироста объема реализации (прибыли) к затратам, которые были осуществлены в ходе рекламной кампании.

Таким образом, осуществление рекламной деятельности является одним из главных методов продвижения услуг предприятия ресторанного бизнеса. Использование различных средств рекламы позволит руководству ООО «Ладья и Ко» поддержать интерес посетителей к данному заведению, проинформировать потенциальных посетителей, что привлечет большее число гостей.

3.1.2 Стимулирование сбыта

Стимулирование сбыта - это использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка. Этот метод продвижения кафе и его услуг действует как временное повышение интереса клиентов к заведению. Выделяют следующие направления стимулирования продаж:

1. Скидки по поводу. Здесь все зависит от фантазии руководства заведения и менеджера по рекламе. Можно преподнести гостям сюрприз в честь того, что предусмотрено годовым календарем или лично данным заведением. Хорошо работают завуалированные скидки (комплексные обеды, бизнес-ланчи, блюдо дня и т.п.). Предлагается ввести следующую систему скидок: 5% - скидка, приуроченная к какому-либо календарному событию – Новый Год, Рождество, День Влюбленных, 23 февраля, 8 марта и т.д.; 3% - при заказе стоимостью более 3 тыс. руб.; 5% - при участии в конкурсах и различных мероприятиях заведения; 5% - скидка на определенные блюда и напитки в течение года.

2. Купоны. Способы распространения купонов многообразны: по почте, путем разноски или непосредственно в ресторане. На купоне должны быть четко указаны условия его действия: срок, величина скидки, особые условия.

3. Возмещение с отсрочкой. Представляет собой купон со скидкой,

который он может предъявить при повторном приходе в ресторан или при определенном заказе.

4. Премия. Она может быть в любой форме – денежной, в виде презента какого-то блюда или напитка.

5. Награды постоянным клиентам. Также форма может варьироваться. Наиболее удобен этот метод с применением карт.

6. Стимулирование в самом торговом зале кафе или непосредственной близости. Предполагает использование различных плакатов, устройств, конструкций и т.п., привлекающих внимание клиентов к различным акциям и мероприятиям. Разнообразные воздушные шары, гигантские куклы, вспыхивающие надписи, привлекательная музыка и т.п. — примеры использования этого инструмента стимулирования.

Таким образом, все направления по стимулированию продаж - акции и праздники, комплименты и подарки, программы лояльности и дисконтные программы позволяют предвосхитить ожидания гостей, и как следствие воспитывать их лояльность.

3.1.3 Проведение мастер-классов и экскурсий на кухню в ООО «Ладья и Ко»

Мастер-классы – это естественная форма, в которой гастрономия может существовать одновременно в ресторанном и развлекательном измерении. Шоу или игра – это единственная возможность привлечь широкую аудиторию к заведению. Организация мастер-класса, по признанию рестораторов, требует больше организаторских умений. Для организации мастер-класса необходимо разработать тематику, закупить инвентарь для группы (фартуки-ножи-тетрадки) и выбрать подходящее время. В большинстве случаев подходящим является утро выходных дней, когда ресторан работает в относительно режиме. Особое внимание необходимо уделить личности ведущего.

Таким образом, проведение мастер-классов является актуальным и уникальным способом продвижения услуг.

С целью продвижения концепции кафе предлагается организовать экскурсии на кухню. Такое мероприятие является достаточно интересным, актуальным и особенным и способствует привлечению посетителей. Планируется организовать экскурсии в вечернее время.

Программа экскурсии включает в себя: ознакомление с историей восточной кухни; осмотр оборудования; ознакомление с технологическим процессом приготовления блюд; дегустация различных видов закусок.

Таким образом, проведение мероприятий по организации мастер-класса и проведению экскурсии на кухню позволит привлечь большее число посетителей, создаст благоприятный имидж кафе, что в конечном счете, положительно отразится на его дальнейшей деятельности.

3.2 Методические основы оценки эффективности инвестиционных мероприятий

Эффективность инвестиционного проекта характеризуется системой показателей, которые отражают соотношение затрат и результатов от инвестиционного проекта. Выделяют следующие показатели эффективности инвестиционного проекта относительно интересов его участников:

- показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;
- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия проекта для федерального, регионального или местного бюджетов;
- показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающие

стоимостное измерение.

При определении эффективности инвестиционного проекта оценка предстоящих затрат и результатов осуществляется в пределах периода планирования, который измеряется количеством шагов расчета. Шагом расчета в пределах периода планирования могут быть; месяц, квартал, полугодие или год.

Для соизмерения показателей по различным шагам периода планирования при оценке эффективности инвестиционного проекта используется приведение их к ценности в начальном шаге (дисконтирование).

Технически приведение к начальному шагу затрат, результатов и эффектов, которые имеют место на t -ом шаге расчета реализации проекта, производится пу-

тем их умножения на коэффициент дисконтирования α_t , определяемый как:

Рентабельность производственных фондов:

$$\alpha_t = 1 / (1+E)^t \quad (37)$$

где, t - номер шага расчета ($t = 0, 1, \dots T$),

T - период планирования;

E - норма дисконтирования, равная приемлемой для инвестора норме доходности на капитал.

Для сравнения вариантов инвестиционного проекта, а также для сравнения различных инвестиционных проектов используется ряд общепринятых показателей. К ним относятся: чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД), внутренняя норма доходности (ВНД), срок окупаемости.

Чистый дисконтированный доход - это сумма текущих эффектов (разницы результатов и затрат) за весь период планирования, приведенная к начальному шагу:

$$\text{ЧДД} = \sum (R_t - Z_t) \times \alpha_t - K \quad (38)$$

где, R_t - результаты, достигаемые на t -ом шаге расчёта;

Z_t - затраты, осуществляемые на t -ом шаге расчёта, при условии, что

в них входят капиталовложения;

α_t - коэффициент дисконтирования;

K - сумма дисконтированных капиталовложений.

Сумма дисконтированных капиталовложений вычисляется по формуле:

$$K = \sum K_t \times \alpha_t \quad (39)$$

где, K_t - капиталовложения на t -ом шаге;

α_t - коэффициент дисконтирования;

В случае если ЧДЦ положителен, проект эффективен, если отрицателен - неэффективен. Чем больше ЧДЦ, тем эффективнее проект.

Индекс доходности - это отношение приведённого эффекта к приведённым капиталовложениям. Индекс доходности рассчитывается по формуле:

$$\text{ИД} = 1/K \times \sum (R_t - Z_t) * \alpha_t, \quad (40)$$

где, K - сумма дисконтированных капиталовложений;

R_t - результаты, достигаемые на t -ом шаге расчёта;

Z_t - затраты, осуществляемые на t -ом шаге расчёта;

α_t - коэффициент дисконтирования.

Если ИД больше единицы, проект эффективен, если ИД меньше единицы - неэффективен.

Внутренняя норма доходности - это норма дисконта ($E_{вн}$), при которой величина приведённых эффектов равна приведённым капиталовложениям, то есть $E_{вн}$ находится из уравнения:

$$\sum (R_t - Z_t) / (1 + E_{вн})^t = \sum K_t / (1 + E_{вн})^t \quad (41)$$

где, R_t - результаты, достигаемые на t -ом шаге расчёта;

Z_t - затраты, осуществляемые на t -ом шаге расчёта, при условии, что в них входят капиталовложения;

K_t - капиталовложения на t -ом шаге;

$E_{вн}$ - норма дисконта.

Найденное значение $E_{внд}$ (ВНД) сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал. В случае, когда ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, капиталовложения в данный инвестиционный проект оправданы, и может рассматриваться вопрос о его принятии. В противном случае капиталовложения в данный проект нецелесообразны.

Срок окупаемости - это минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого ЧДД становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

При осуществлении проекта выделяется три вида деятельности: инвестиционная, операционная и финансовая.

В рамках каждого вида деятельности происходит приток и отток денежных средств. Разность между ними называется потоком денежных средств.

Сальдо денежных потоков - это разность между притоком и оттоком денежных средств от всех трех видов деятельности. Положительное сальдо денежных потоков на t -ом шаге определяет излишние денежные средства на t -ом шаге. Отрицательное - определяет недостающие денежные средства на t -ом шаге.

Необходимым критерием осуществимости инвестиционного проекта является положительность сальдо накопленных денежных потоков в любом временном интервале, в котором осуществляют затраты и получают доходы. Отрицательная величина сальдо накопленных денежных потоков свидетельствует о необходимости привлечения дополнительных собственных или заемных средств и отражения этих средств в расчетах эффективности [38].

3.3. Коммерческая эффективность внедрения инвестиционного проекта

Инвестиционное мероприятие следует относить к локальным инвестиционным проектам, поскольку его реализация не приведет к значительным изменениям экономической, социальной и экологической ситуации

в муниципальном образовании.

В таблице 3.3 представлен расчет суммы амортизационных отчислений основных фондов, которая составила 84,36 тыс. рублей в год.

Таблица 3.3 – Амортизационные отчисления

Наименование	Сумма, тыс. руб.
Стоимость основных фондов	703,00
Амортизация	84,36

Текущие издержки включают в себя также материальные затраты: вспомогательные материалы, затраты на обеспечение средствами охраны труда и техники безопасности.

Затраты на оплату труда сотрудников включены исходя из нормативного уровня заработной платы по сдельной заработной плате, с учетом отчислений на социальные нужды (30%).

Прочие расходы включают в себя: обслуживание телефонной сети, электроэнергию, и т.п.

О величине текущих издержек для реализации инвестиционного проекта дает представление таблица 3.9.

Таблица 3.4 Текущие издержки производства

Показатель	Сумма, тыс. руб.	Постоянные издержки, тыс. руб.	Переменные издержки, тыс. руб.
1. Материальные затраты	80,00	-	80,00
1.2 Сырье и материалы	50,00	-	50,00
1.3 Энергетические ресурсы	15,00	-	15,00
1.4 Транспортные расходы	15,00	-	15,00
2. Затраты на оплату труда	361,00	-	361,00
3. Социальные выплаты	108,30	-	108,30
4. Амортизация основных фондов	84,36	84,36	-
5. Прочие затраты	140,00	105,00	35
Итого затрат:	773,66	189,36	664,30
Текущие издержки без амортизации	689,30	105,00	664,30

Экономический эффект представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Экономический эффект

Наименование	Значение, тыс. руб.
1. Маржинальная прибыль	1 200,00
2. Сокращение затрат на выполнение договора	0,00
3. Экономический эффект	1 200,00

Из проведенных расчетов видно, что за весь период планирования проект потребует капитальных вложений 703,00 тыс. руб. Происходит рост процента рентабельности всего капитала предприятия, рентабельности собственного капитала показывает эффективность использования средств, принадлежащих предприятию. Из проведенных расчетов видно, что проект эффективен. Данные не поддаются однозначной формализации, но оптимальным показателем для проведения сравнительного анализа выступают критерии оценки коммерческой эффективности инвестиционного проекта.

Экономический эффект от осуществления проекта составит 1 200,00 тыс. руб. Финансирование инвестиционного проекта предполагается осуществить за счет собственных средств предприятия.

В основу расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта положены следующие предположения:

- продолжительность периода планирования принята 7 лет (7 шагов);
- в качестве шага планирования принят один год;
- норма дисконта принята на уровне 14% в год;
- цены, тарифы и нормы изменяются на протяжении всего периода планирования.

При расчете затрат на инвестиционный проект, необходимо учитывать рост цен в связи с инфляцией (что предусмотрено значением ключевой ставки ЦБ).

При расчете затрат на инвестиционный проект, необходимо учитывать рост цен в связи с инфляцией. Любой инвестор желает вложить деньги так, чтобы его состояние ежегодно увеличивалось, но это невозможно, если не брать во внимание темп роста инфляции.

Норма дисконтирования установлена из условий:

- ключевая ставка ЦБ РФ – 7,5с 09.02.2019 г.

- риск недополучения прибыли 6,5%.

Сделанные предположения характеризуют оценку эффективности проекта как предварительную, требующую уточнения в дальнейшем. Расчет эффективности инвестиционного проекта мы начали с экономического описания инвестиционной (таблица 3.6), операционной (таблица 3.7), от инвестиционной и операционной деятельности (таблица 3.8) и финансовой деятельности (таблица 3.9), возникающих в связи с проектом.

Итоговые данные этих таблиц нами были использованы при расчете сальдо денежных потоков (таблица 3.10).

За период планирования, жизненный цикл (8 лет), инвестиционного проекта потребует 703 тыс. руб. капитальных вложений и принесет на конец периода планирования 1 200 тыс. руб. чистой прибыли от экономического эффекта.

Чистый реальный доход инвестиционного проекта составит 3 403,46 тыс. руб., чистый дисконтированный доход – 2 249,81 тыс. руб.

Внутренняя норма доходности инвестиций составляет 153,04% в год.

Таблица 3.6– Поток денежных средств от инвестиционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2019	1 2020	2 2021	3 2022	4 2023	5 2025	6 2025	7 2026	
1. Расходы на приобретение активов, всего	703,00								703,00
в том числе:									
за счет собственных средств	703,00								
за счет заемных средств.	0,00								0,00
2. Поток реальных средств									
2.1. По шагам	-703,00								-703,00
2.2. Нарастающим итогом	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	
3. Поток дисконтированных средств									
3.1. По шагам	-703,00								-703,00
3.2. Нарастающим итогом	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	-703,00	

Таблица 3.7 – Поток денежных средств от операционной деятельности

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2019	1 2020	2 2021	3 2022	4 2023	5 2024	6 2025	7 2026	
1. Экономический эффект	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	9 600,00
2. Текущие издержки	689,30	689,30	689,30	689,30	689,30	689,30	689,30	689,30	5 514,40
3. Амортизация основных средств	84,36	84,36	84,36	84,36	84,36	84,36	84,36	84,36	674,88
4. Валовая прибыль	426,34	426,34	426,34	426,34	426,34	426,34	426,34	426,34	3 410,72
5. Налог на прибыль (20%)	85,27	85,27	85,27	85,27	85,27	85,27	85,27	85,27	682,14
6. Чистая прибыль	341,07	341,07	341,07	341,07	341,07	341,07	341,07	341,07	2 728,58
7. Поток реальных средств									
7.1. По шагам	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	3 403,46
7.2. Нарастающим итогом	425,43	850,86	1 276,30	1 701,73	2 127,16	2 552,59	2 978,02	3 403,46	
8. Поток дисконтированных средств									
8.1. По шагам	425,43	373,19	327,36	287,15	251,89	220,96	193,82	170,02	2 249,82
8.2. Нарастающим итогом	425,43	798,62	1 125,97	1 413,13	1 665,02	1 885,97	2 079,80	2 249,82	

Таблица 3.10 - Сальдо денежных потоков

В тыс. руб.

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2019	1 2020	2 2021	3 2022	4 2023	5 2024	6 2025	7 2026	
1 Поток реальных средств									
1.1 По шагам	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	3 403,46
1.2 Нарастающим итогом.	425,43	850,86	1 276,30	1 701,73	2 127,16	2 552,59	2 978,02	3 403,46	

Таблица 3.11– Ставка дисконтирования и чистый дисконтированный доход

В тыс. руб.

06

Наименование	Шаг (год) планирования								Итого за период
	0 2019	1 2020	2 2021	3 2022	4 2023	5 2024	6 2025	7 2026	
0	-277,57	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	425,43	2 700,46
0,1	-277,57	386,76	351,60	319,63	290,58	264,16	240,15	218,31	1 793,61
0,2	-277,57	354,53	295,44	246,20	205,17	170,97	142,48	118,73	1 255,94
0,3	-277,57	327,26	251,73	193,64	148,96	114,58	88,14	67,80	914,54
0,4	-277,57	303,88	217,06	155,04	110,74	79,10	56,50	40,36	685,12
0,5	-277,57	283,62	189,08	126,05	84,04	56,02	37,35	24,90	523,50
0,6	-277,57	265,90	166,18	103,87	64,92	40,57	25,36	15,85	405,07
0,7	-277,57	250,25	147,21	86,59	50,94	29,96	17,63	10,37	315,38
0,8	-277,57	236,35	131,31	72,95	40,53	22,51	12,51	6,95	245,54
0,9	-277,57	223,91	117,85	62,03	32,64	17,18	9,04	4,76	189,85
1	-277,57	212,72	106,36	53,18	26,59	13,29	6,65	3,32	144,54
1,5304	-277,57	168,13	66,44	26,26	10,38	4,10	1,62	0,64	0,00

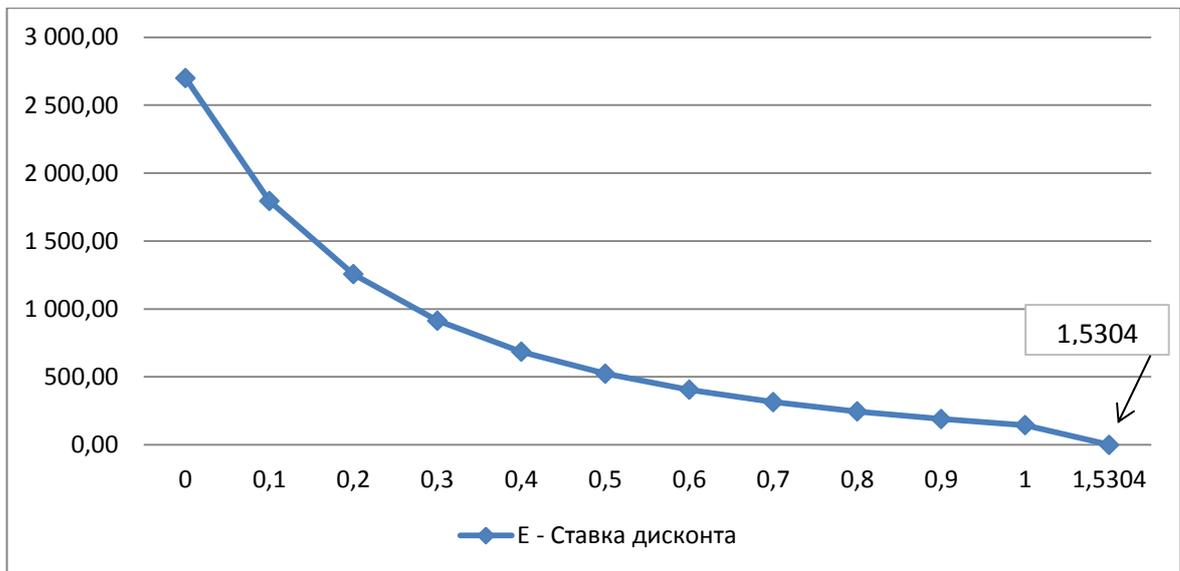


Рисунок 3.5 – Определение внутренней нормы доходности (ВНД)

Индекс доходности, исчисленный по потокам реальных денежных средств составляет:

$$3\,403,46 / 703,00 = 4,84.$$

Индекс доходности, исчисленный по дисконтированным потокам составляет:

$$2\,249,81 / 703,00 = 3,20.$$

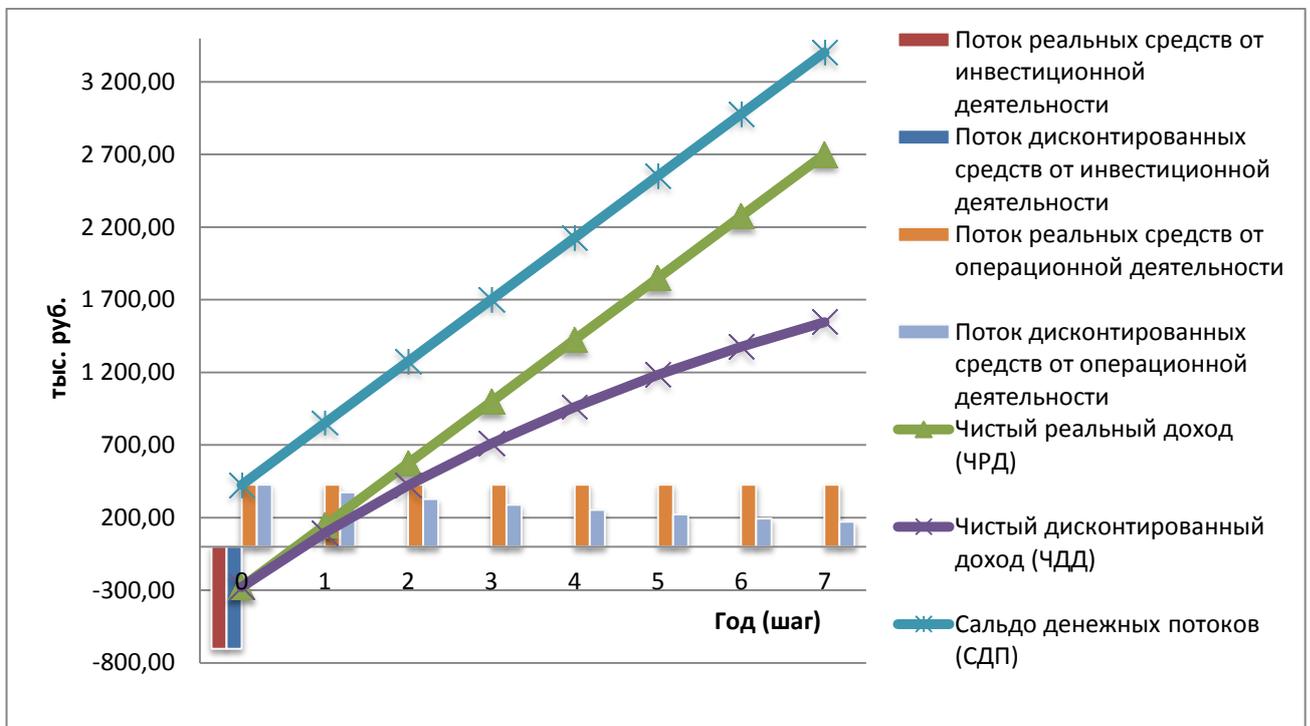


Рисунок 3.6 – Эффективность внедрения инновационного проекта

Общая формула для расчета срока окупаемости инвестиций:

$$T_{\text{ок}}(PP) = \sum CF_t \geq I_0 \quad (42)$$

где, Ток (PP) - срок окупаемости инвестиций;

n - число периодов;

CF_t - приток денежных средств в период t;

I_0 - величина исходных инвестиций в нулевой период.

Срок окупаемости = $0 - (373,3 / -277,57 - 373,3) = 0,6$ года

Положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превосходящий единицу, позволяют охарактеризовать инновационный проект как эффективный. Внутренняя норма доходности и срок окупаемости устраивает инвестора. Положительное сальдо денежных потоков на всех шагах свидетельствует о реализуемости проекта при избранной схеме финансирования. Осуществление этого и подобных ему мероприятий позволит существенно повысить эффективность деятельности предприятия и выйти на новый качественный уровень своего развития.

3.4. Анализ чувствительности проекта к риску

Значение ЧДД инвестиционного проекта при варьируемых показателях представлено в таблице 3.12.

Таблица 3.12 - Значение ЧДД при варьируемых показателях

Показатель	-15%	-10%	-5%	0	5%	10%	15%
Экономический эффект	482,98			2 414,89			4 346,81
Текущие издержки		3 815,53		2 414,89		1 014,26	
Налоги			2 439,04	2 414,89	2 390,74		

По данным таблицы 3.12 построим диаграмму (рис. 3.3).

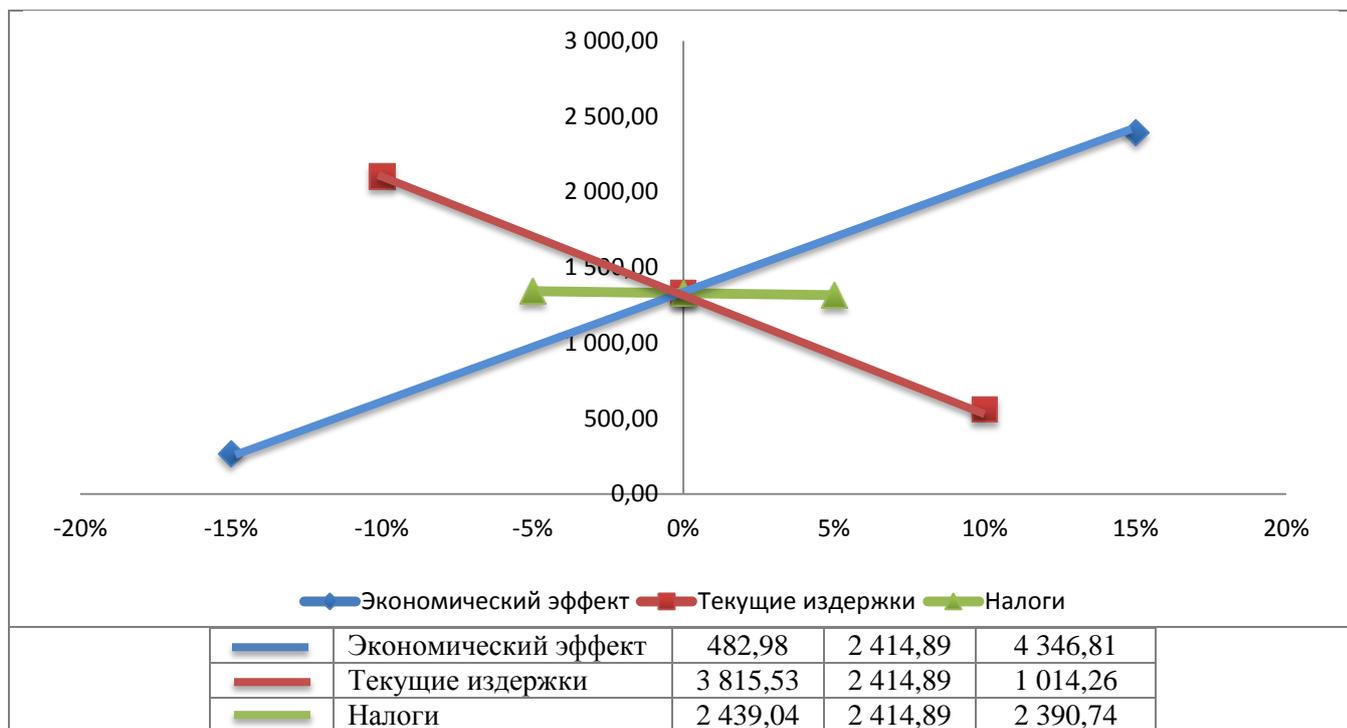


Рисунок 3.7 – Чувствительность проекта к риску

Данный проект имеет незначительный уровень предпринимательского риска, что свидетельствует об экономической целесообразности его внедрения в практику хозяйствования объекта исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе была изучена история создания и развития ООО «Ладья и Ко». Организация занимается ресторанным бизнесом.

В первой главе представлена организационная-правовая и экономическая характеристика организации. В компании действует линейно-функциональная структура управления. Анализ действующей структуры показал ряд преимуществ:

- быстрое осуществление действий по распоряжениям и указаниям, отдающимся вышестоящими руководителями нижестоящим;
- стабильность полномочий и ответственности за персоналом;
- оперативность в управлении рисками и принятии управленческих решений.

Выявленная система управления является вполне типичной для предприятий малого бизнеса, к которым и относится ООО «Ладья и Ко»

Также в работе исследованы отраслевые особенности функционирования ООО «Ладья и Ко», представлены тенденции, проблемы и перспективы отраслевого развития. В выпускной квалификационной работе был проведен SWOT-анализ, исходя из которого, сформирована основная стратегия развития предприятия – увеличение финансовых результатов работы, ориентированная на повышение доходов компании от привлечения новых клиентов, расширения рынков сбыта с помощью совершенствования ассортиментной политики.

Во второй главе представлен финансово-экономический анализ организации. В целом, результаты анализа показали, что ООО «Ладья и Ко» эффективно осуществляет свою деятельность. Тем не менее, для усиления положительных тенденций и устранения выявленных в ходе анализа проблем в ходе исследования были разработан инвестиционный проект, основанный на разработке мероприятий для увеличения прибыли ООО «Ладья и Ко», что представлено в третьей части.

Оценка коммерческой эффективности инвестиционного проекта показал

положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превышающий единицу, значения внутренней нормы доходности и срока окупаемости, устраивающие инвестора.

Анализ чувствительности проекта показал, что проект имеет незначительную зависимость от предпринимательского риска по всем представленным параметрам, что позволяет рекомендовать его к внедрению в практику работы ООО «Ладья и Ко».

В соответствии с вышеизложенным, можно заключить, что задачи выпускной квалификационной работы решены, поставленная цель достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абдукаримов, И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): Учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
- 2 Александров, О.А. Экономический анализ: Учебное пособие / О.А. Александров, Ю.Н. Егоров. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 288 с.
- 3 Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с.
- 4 Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2016. - 240 с.
- 5 Артеменко, В.Г. Экономический анализ: Учебное пособие / В.Г. Артеменко, Н.В. Анисимова. - М.: КноРус, 2013. - 288 с.
- 6 Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2015. - 372 с.
- 7 Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 366 с.
- 8 Бобошко, Н.М. Финансово-экономический анализ: Учебное пособие / Н.М. Бобошко и др. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 383 с.
- 9 Зяблицкая, Н.В. Экономика предприятий (организаций): Учебное пособие / Н.В. Зяблицкая. – Екатеринбург: ФОРТ ДИАЛОГ – Исеть, 2015. – 203с.
- 10 Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 348 с.
- 11 Казакова, Н.А. Экономический анализ: Учебник / Н.А. Казакова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 343 с.
- 12 Кашкин, С.Ю. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / С.Ю. Кашкин. - М.: КноРус, 2012. - 432 с.

- 13 Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 293 с.
- 14 Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.В. Коршунов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 407 с.
- 15 Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2012. - 248 с.
- 16 Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
- 17 Косорукова, И.В. Экономический анализ: Учебник / И.В. Косорукова. - М.: МФПА, 2012. - 432 с.
- 18 Кукушкин, С.Н. Финансов-экономический анализ. Конспект лекций / С.Н. Кукушкин. - М.: А-Приор, 2012. - 192 с.
- 19 Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 400 с.
- 20 Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Д.В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 320 с.
- 21 Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян.. - М.: КноРус, 2013. - 536 с.
- 22 Маркин, Ю.П. Экономический анализ: Учебное пособие для студентов вузов / Ю.П. Маркин. - М.: Омега-Л, 2012. - 450 с.
- 23 Плотникова, А.М. Экономический анализ (курс для бакалавров) / А.М. Плотникова, М.В. Слаутина. - М.: КноРус, 2013. - 304 с.
- 24 Попова, Л.В. Экономический анализ: Учебное пособие / Л.В. Попова, И.А. Маслова, Б.Г. Маслов. - М.: ДиС, 2013. - 336 с.

25 Пошерстник, Н.В. Экономика организации / Н.В. Пошерстник. - М.: КноРус, 2013. - 320 с.

26 Румянцева, Е.Е. Экономический анализ: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Е. Румянцева. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 381 с.4

27 Савицкая, Г.В. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 649 с.

28 Семенов, А.К. Теория менеджмента: учебник для бакалавров/ А.К.Семенов, В.И.Набоков.- М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2013.-492с.

29 Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 02.01.2000 N 29-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 02.06.2005. №22 – Ст. 2130

30 Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: Учебное пособие / В.А.Чернов. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 639 с.